

The background of the entire page is a photograph of two construction workers in red shirts and white hard hats working on a wooden roof structure. They are positioned on a metal scaffolding. The roof is made of light-colored wooden planks and beams. The sky is overcast.

NE IMPLICĂM PENTRU ROMÂNIA

Raport de Investiții Comunitare
Kaufland România 2018

**Implicarea
face
diferența.**



Kaufland

CUPRINS

Cuvânt înainte	4
1. INTRODUCERE	6
Despre raport	7
Pilonii reponsabilității sociale corportative în Kaufland România	8
2. INVESTIȚIA NOASTRĂ COMUNITARĂ 2018	11
Stakeholderi și aflieri	17
3. ABORDAREA NOASTRĂ	
Strategia de implicare a Kaufland România	22
Organizare și eligibilitate	22
4. PROIECTELE NOASTRE	25
Educație	26
Mediu	54
Social	72
Sport&Sănătate	126
Cultură	168
5. ÎN STARE DE BINE	202
Cultură	208
Sport	224
Viață sănătoasă	232



**Anna Katharina
Scheidereiter**

*CSR Manager
Kaufland România*

Dragi prieteni,

Ne bucurăm să vă prezentăm al treilea raport de investiții comunitare al Kaufland România.

2018 a fost un an al consolidării și al eficientizării pentru echipa de CSR din Kaufland România. Ne-am dorit să ajungem la cât mai mulți oameni prin proiectele derulate și

am reușit să atingem acest obiectiv, depășind 1 milion de beneficiari – pentru prima dată de când am început să măsurăm impactul investițiilor noastre comunitare. Numărul beneficiarilor este cu atât mai important cu cât proiectele cu care am ajuns la ei reprezintă mai mult decât un ajutor punctual: proiectele noastre

vizează educare și creștere a accesului la resurse de învățare, precum și schimbare a atitudinilor față de societate și protecția mediului sau acces la activități sportive menite să ducă la o mai bună calitate a vieții. Astfel, simțim că implicarea comunitară a Kaufland România are efect pe termen lung și că ceea ce facem noi astăzi va forma oamenii și societatea României de mâine.

De asemenea, în 2018 am investit predominant în cauze și proiecte strategice, de mari dimensiuni, care să genereze impact puternic, pe toate nivelurile pe care implicarea socială le presupune: asupra beneficiarilor, asupra ONG-urilor partenere și asupra mediului. Dorința de a ne concentra, alături de parteneri comunitari strategici, în proiecte care au forța să genereze schimbări de atitudini și efecte pe termen lung, a dus și la schimbarea dinamicii în ceea ce privește numărul de ONG-uri partenere și de proiecte în care ne-am implicat. Ne-am consolidat în acest fel

pilonii de investiții comunitare pe care construim pentru a putea măsura cât mai bine, pe termen mediu, impactul pe care Kaufland România îl are în societate.

Din dorința de a ajunge la cât mai multe tipuri de beneficiari, am lansat în 2018 primul program de finanțare alături de un ONG care a selectat, alături de noi, proiecte de impact cu respectarea unei metodologii bazate pe trei piloni și pe bugete maxime de finanțare. "În stare de Bine" a fost un succes atât pentru noi, cât și pentru partenerii noștri, și ne-a arătat încă o dată impactul implicării comunitare de amploare.

Ne implicăm pentru a genera schimbările pe care ne dorim să le vedem în jurul nostru și pentru a crea mediul în care cât mai mulți dintre beneficiarii noștri să își atingă potențialul. Aici se află cea mai importantă unitate de măsură a activității noastre: modul cum am reușit să facem, pentru beneficiarii noștri, diferența.

Katharina

1. INTRODUCERE

Kaufland este una din cele mai mari companii de retail din Europa, cu peste 1.250 de magazine în 7 țări.

În 2018, Kaufland România a ajuns la un număr de 120 magazine, în 13 ani de prezență pe piața românească. Creșterea numărului de magazine al Kaufland și anvergura afacerii noastre sunt direct proporționale cu creșterea comunităților pe care le impactăm. Tocmai de aceea amprenta implicării noastre sociale crește constant.

În 2018, Kaufland România a continuat să investească în proiecte ce au ca scop dezvoltarea sustenabilă a comunităților păstrând direcțiile de investiție: educație, protecția mediului, proiecte sociale sport&sănătate și cultură.

Kaufland România a continuat proiecte importante începute în 2017, dar a pornit și multe proiecte noi, cu impact semnificativ asupra comunităților.

DESPRE RAPORT

Acesta este al treilea raport de investiții comunitare al Kaufland România. Raportul analizează investițiile comunitare ale companiei și prezintă integrat inițiativele sociale aferente anului 2018.

Toate datele folosite sunt valabile pentru anul 2018, de la 1 ianuarie până la 31 decembrie. În unele cazuri au fost prezentate și informații din anii anteriori, precum și proiecte care vor continua în anul 2019, pentru a evidenția traseul Kaufland pe drumul investițiilor în comunitate.

Raportul urmează metodologia GRI, folosită pentru raportul de sustenabilitate al companiei aferent anului 2018 și prezintă proiectele de investiții conform

cu afilierea noastră la Global Compact. În elaborarea chestionarului pentru partenerii noștri am folosit metodologii de specialitate (SRS, GRI și LBG).

În plus față de anii anteriori, am analizat cu mai multă atenție impactul pe care l-au avut proiectele susținute de companie asupra beneficiarilor, asupra asociațiilor partenere și asupra mediului. Am făcut acest lucru pentru că vrem să ajungem acolo unde este într-adevăr nevoie de ajutor și unde putem schimba în bine lucrurile.

Relațiile solide se construiesc în timp, de aceea în acest raport am subliniat colaborarea continuă cu asociațiile partenere de-a lungul timpului.

PILONII REPONSABILITĂȚII SOCIALE CORPORATIVE ÎN KAUFLAND ROMÂNIA

Misiunea noastră este să fim un cetățean corporate responsabil, care crede în crearea de valoare pentru stakeholderii săi, în adoptarea și implementarea unor practici de afaceri sustenabile, în grija pentru comunitățile care ne găzduiesc și în protecția mediului.

Strategia de sustenabilitate a Kaufland România se bazează pe 5 piloni centrali, care agregă toate direcțiile de investiții comunitare în care compania dorește să genereze impact. Strategia de susținere comunitară a unei companii ale cărei comunități sunt răspândite în toată România

urmează maximizarea suportului oferit și atingerea unui grup de beneficiari cât mai mare. Educația, ecologia, socialul, sportul și sănătatea, cultura și muzica sunt zonele în care Kaufland s-a implicat în 2018, cu accent pe proiecte de amploare și pe strategii.

PILONII CSR AI KAUFLAND ROMÂNIA



Educație

- ✓ prevenirea abandonului școlar
- ✓ sprijinirea copiilor din medii defavorizate în vederea facilitării accesului la educație
- ✓ dezvoltarea unor competențe, abilități, calificări, care îmbogățesc programa școlară
- ✓ programe complementare, extracurriculare adresate tinerilor (de ex. Educație financiară)



Mediu

- ✓ îmbunătățirea infrastructurii în vederea utilizării mijloacelor de transport alternativ
- ✓ refacerea zonelor verzi distruse sau inexistente
- ✓ combaterea dezastrelor naturale (inundații, alunecări de teren)
- ✓ acțiuni de ecologizare în scopul conștientizării unui comportament responsabil



Social

- ✓ dezvoltarea comunităților
- ✓ susținerea și sprijinirea unor grupuri vulnerabile



Sport & Sănătate

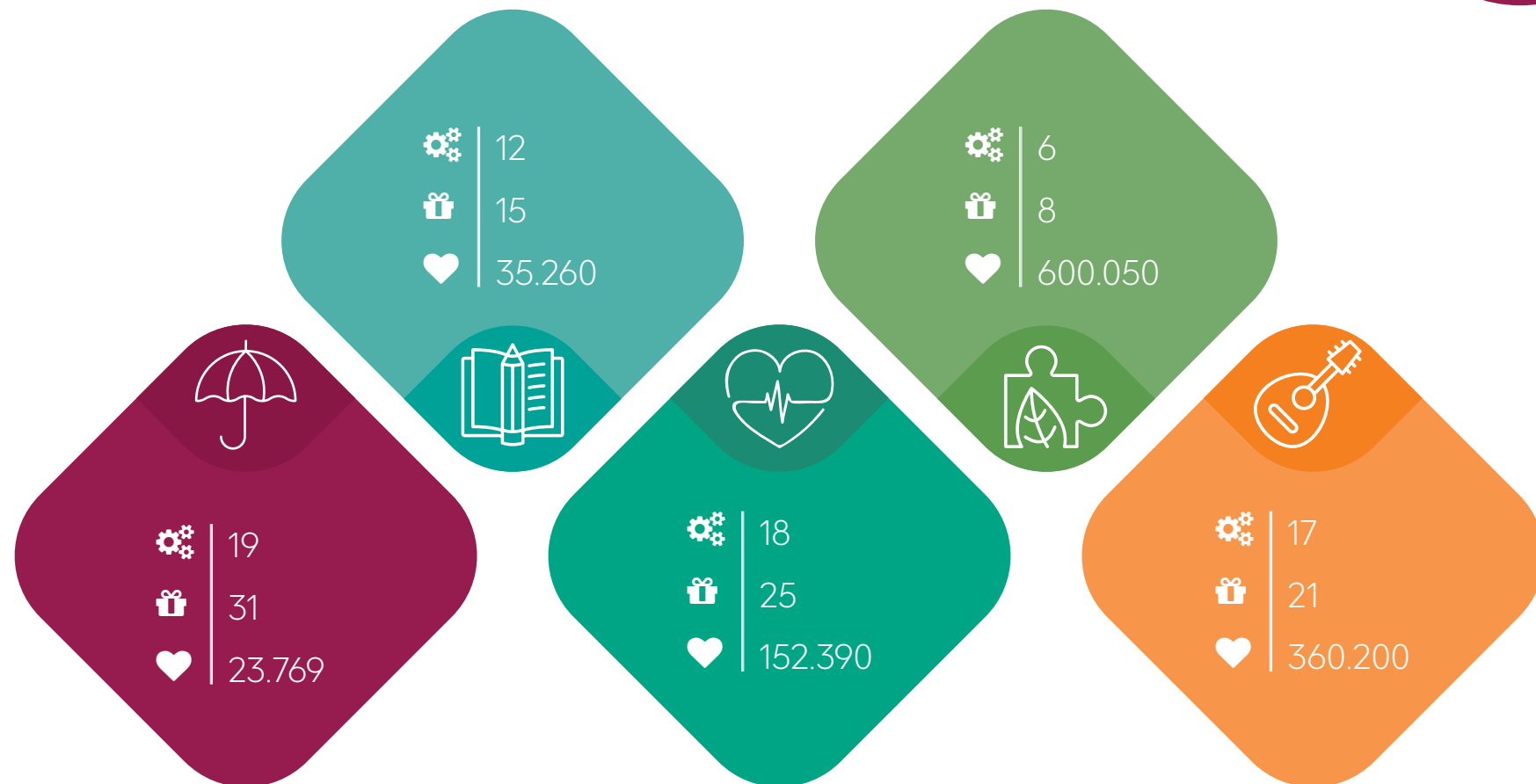
- ✓ promovarea unui stil de viață sănătos
- ✓ susținerea activităților sportive
- ✓ îmbunătățirea condițiilor din sistemul sanitar
- ✓ senzibilizarea opiniei publice



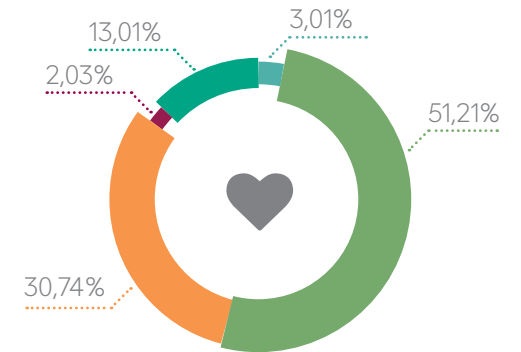
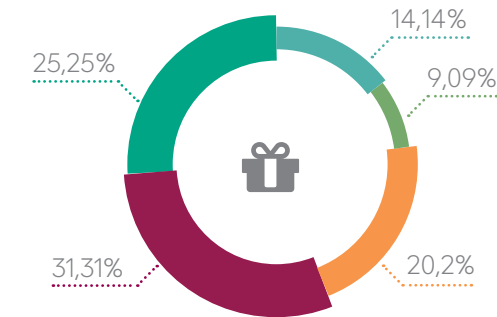
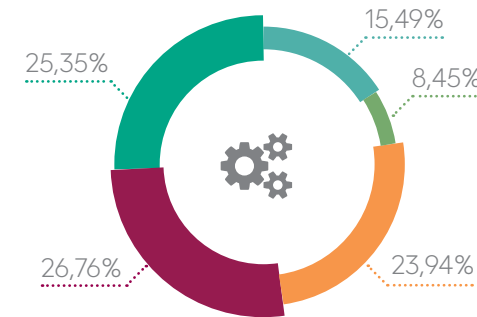
Cultură

- ✓ promovarea culturii și a artei autohtone
- ✓ susținerea artiștilor fără putere financiară proprie
- ✓ sprijinirea evenimentelor culturale cu scop social/ caritabil

2. INVESTIȚIA NOASTRĂ COMUNITARĂ 2018



asociații |
 proiecte |
 beneficiari |
 educație |
 mediu |
 social |
 sport & sănătate |
 cultură



Total investiții



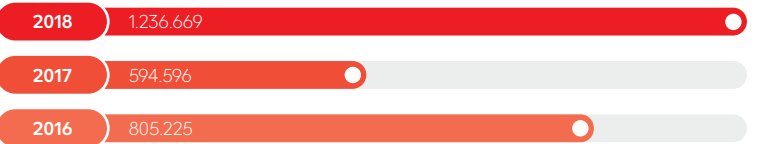
Total proiecte



Total asociații



Total beneficiari



Investiție per beneficiar



HIGHLIGHTS



365.000
de persoane
au făcut curat
în toată țara

75.000
de persoane
au participat la
Bucurie în mișcare

65.000
de kg de hârtie
și carton au fost
colectate

15.000
de persoane au văzut
un film în aer liber

8.000
de elevi au primit
educație ecologică



6.000
de copii au învățat
cum să mănânce
sănătos

4.000
de copii au învățat
despre instituțiile statului

2.000
de persoane
au donat sânge

2.000
de persoane au
alergat pe munte

1.000
de computere au
fost recondiționate
și donate școlilor

900
de persoane din
mediul rural au
participat la concerte
de muzică clasică și
spectacole de teatru



900
de persoane au primit
o scrisoare în mijloacele
de transport
în comun

700
de persoane
au alergat pentru
Team Hospice

680
de copii au învățat
despre sănătatea
orală

350
de persoane
au primit
tratament
stomatologic

330
de copii au participat
la Cupa Pădurea Verde

250
de tineri au
dobândit abilități
digitale

70
de copii și tineri cu
deficiențe de vedere
au participat la un
festival de escaladă



70
de mașini 4x4
au distribuit
cadouri de Crăciun

30
de tineri
artiști au primit
burse de studiu

8
case au fost
construite
în 5 zile



3
mașini electrice
au fost donate



1
record mondial a
fost stabilit la
Alba Iulia





STAKEHOLDERI ȘI AFILIERI

SUSȚINEREA STAKEHOLDERILOR
STRATEGICI AI COMPANIEI

COMUNITĂȚI LOCALE



- ☂ Sprijin acordat comunităților locale, proactiv și reactiv
- ☂ Asumarea rolului de agent al schimbării și al inovării sociale în comunitățile în care compania activează
- ☂ Partener pentru societate

CLIEȚI



- 🛒 Susținerea sănătății și siguranței consumatorilor prin măsuri integrate
- 🛒 Sortimentație aleasă în acord cu interesul în creștere al clienților pentru mâncarea sănătoasă, evaluarea și etichetarea produselor
- 🛒 Creșterea atașamentului față de brand
- 🛒 Diferențiere și îmbunătățire a imaginii

ANGAJAȚI



- 🔧 Implicarea angajaților în acțiuni de voluntariat
- 🔧 Promovarea valorilor companiei
- 🔧 Integrarea angajaților în deciziile strategice
- 🔧 Dezvoltarea de abilități și competențe
- 🔧 Calitatea mediului de lucru

SUSȚINEREA OBIECTIVELOR DE DEZVOLTARE DURABILĂ ALE GLOBAL COMPACT

Obiectivele de dezvoltare durabilă (ODD-uri) au fost dezvoltate și adoptate de Națiunile Unite în anul 2015.

Aceste 17 obiective au fost concepute pentru a face față provocărilor majore cu care umanitatea se confruntă la nivel mondial.

De-a lungul prezenței noastre de peste 12 ani pe piața din România, ne-am concentrat investițiile în comunitate pe cinci direcții prioritare pentru societate și mediu: proiecte educaționale, de mediu, proiecte sociale, proiecte pentru a promova un stil de viață sănătos și proiecte culturale. Am dezvoltat parteneriate strategice care să ne ajute să facem față acestor provocări și să îmbunătățim impactul social.

Fiind una dintre cele mai mari companii

de retail, zonele cheie unde avem un impact major sunt asociate în principal cu 5 dintre cele 17 obiective, care se regăsesc și în strategia noastră la nivel de grup: zero foamete, sănătate și bunăstare, educație, creștere economică, producție și consum sustenabil. Implicarea noastră atinge și alte obiective, motiv pentru care am construit prezentarea proiectelor din acest raport în acord cu Obiectivul de Dezvoltare Durabilă pe care acestea îl susțin.



OBIECTIVUL #2 „ZERO” FOAMETE

Eradicarea foametei, asigurarea securității alimentare, îmbunătățirea nutriției și promovarea unei agriculturi sustenabile.

Este un obiectiv cheie pentru noi, care se materializează prin inițiativele pe care le avem pentru susținerea fermierilor și agricultorilor români, prin educarea consumatorilor și prin îmbunătățirea sistemelor interne pentru a combate foametea.

- ✓ Susținere pentru furnizorii ce fac parte din lanțul de aprovizionare;
- ✓ Susținere pentru agricultura locală;
- ✓ Un sistem amplu și complex pentru monitorizarea și gestionarea stocurilor;
- ✓ Reducerea risipei de alimente;
- ✓ Inițiative sociale care implică donații pentru achiziționarea de alimente.



OBIECTIVUL #3 SĂNĂTATE ȘI BUNĂSTARE

Asigurarea unei vieți sănătoase și promovarea unui stil de viață care să susțină sănătatea la orice vârstă.

Un stil de viață sănătos și o alimentație sănătoasă contribuie la o stare de sănătate bună. Facem eforturi și investiții pentru a ne asigura că orice client poate lua decizii informate atunci când cumpără din magazinele noastre și că poate găsi alimente conforme cu dieta sa.

- ✓ O marcă sustenabilă;
- ✓ Oferim ceea ce este mai bun clienților nostri;
- ✓ Mărcile proprii Kaufland;
- ✓ Produsele și serviciile noastre;
- ✓ Inițiative sociale care implică donații pentru achiziționarea de alimente.





OBIECTIVUL #4 EDUCAȚIE DE CALITATE

Garantarea unei educații de calitate pentru toți și promovarea oportunităților de învățare de-a lungul vieții.

Înțelegem că putem face diferența în România și de aceea am decis să inițiem și să susținem cauze legate de educație și ocuparea forței de muncă. În același timp, ne asigurăm că oferim angajaților noștri oportunități de instruire și dezvoltare profesională.

- ✓ Susținem comunitățile locale prin investiții în proiecte educaționale;
- ✓ Susținem ocuparea forței de muncă prin parteneriate academice.



OBIECTIVUL #8 MUNCĂ DECENTĂ ȘI CREȘTERE ECONOMICĂ

Promovarea unei creșteri economice susținute, deschise și sustenabile, a ocupării depline și productive a forței de muncă și condiții de muncă decente pentru toți.

Kaufland România este un agent al dezvoltării economice. Ca atare, susținem structurile care pun în valoare dezvoltarea capitalului uman și mediile de lucru care aduc satisfacție.

- ✓ Etică și guvernanta corporativă;
- ✓ Conformitate, siguranță și gestionarea riscurilor;
- ✓ Investiții în angajați.



OBIECTIVUL #12 CONSUM ȘI PRODUCȚIE RESPONSABILE

Asigurarea unor tipare sustenabile de consum și producție.

Kaufland România se concentrează pe susținerea, aderarea, dezvoltarea și aplicarea unor sisteme de monitorizare și gestionare a producției de resurse într-o manieră durabilă.

- ✓ Protecția vieții marine;
- ✓ Consumul de apă;
- ✓ Reducerea risipei de hrană;
- ✓ European Supply Chain Initiative;
- ✓ Produse și servicii.



3. ABORDAREA NOASTRĂ

STRATEGIA DE IMPLICARE A KAUFLAND ROMÂNIA

Toate proiectele de implicare în societate desfășurate de Kaufland România sunt derulate de ONG-uri partenere. ONG-urile partenere propun acțiuni, programe și proiecte pe baza unei analize cerute de companie, care să explice impactul asupra stakeholderilor și beneficiarii proiectului. La sfârșitul perioadei de desfășurare a proiectului, partenerii revin cu un raport în care descriu situația de înainte și de după implicarea Kaufland, precum și rezultatele concrete obținute.

ORGANIZARE ȘI ELIGIBILITATE

În 2016, am dezvoltat, implementat și lansat un proces pentru îmbunătățirea modului în care analizăm și evaluăm aplicațiile de sponsorizare; am făcut acest lucru pentru că ne dorim să fim transparenți în luarea deciziilor cu privire la proiectele pe care le susținem și în același timp să implicăm în acest proces cât mai mulți colegi din companie. Un rezultat esențial al acestui mecanism a fost dezvoltarea comitetului de CSR.

COMITETUL CSR:

- ☑ Include câte un reprezentant din fiecare department al companiei;
- ☑ Se reunește o dată la trei săptămâni;
- ☑ Are membri numiți direct de către conducerea companiei;
- ☑ Include membri al căror interes pentru zona CSR este deja demonstrat.

ROLUL COMITETULUI CSR:

- ☑ Revizuieste strategia de CSR care este transmisă de la grupul Kaufland și, în acord cu aceasta, stabilește direcțiile de implementare;
- ☑ Comitetul CSR are rolul de a discuta și de a analiza propunerile de proiecte, folosind criterii clare pentru a evalua zone de interes, iar propunerile sunt supuse la vot;
- ☑ În a doua fază, proiectul și ONG-ul sunt verificate pentru conformitate legală, conform cu legislația în vigoare privind sponsorizările;
- ☑ Directorul general al companiei are drept de veto pentru fiecare decizie;
- ☑ Pentru fiecare proiect care depășește suma de 1 milion de lei, este necesară și aprobarea boardului, căruia îi va fi prezentat proiectul.





4. PROIECTELE NOASTRE

Strategia noastră de investiție comunitară s-a bazat și în 2018 pe cei cinci piloni CSR ai companiei: educație, mediu, proiecte sociale, sport & sănătate, cultură.

Pentru că ne-am concentrat atenția pe sprijinirea proiectelor care să aibă un impact asupra unui număr cât mai mare de persoane și pentru că am eficientizat procesul de alocare a fondurilor, investiția noastră comunitară din 2018 a avut ca rezultat cel mai mare număr de beneficiari din toată perioada în care am evaluat efectul investițiilor noastre asupra societății, deși numărul de proiecte și asociații partenere a fost mai mic.

Pentru a ne asigura de transparența informațiilor, datele prezentate în acest raport au fost colectate în urma răspunsurilor la un chestionar adresat fiecărei asociații.

Acolo unde nu am reușit să obținem răspunsurile, sunt prezentate informații referitoare la activitățile desfășurate în cadrul proiectelor, nu și impactul pe care acestea le-au avut asupra beneficiarilor, asupra mediului sau asupra asociației.

◆ **EDUCAȚIE**

◆ **MEDIU**

◆ **SOCIAL**

◆ **SPORT&SĂNĂTATE**

◆ **CULTURĂ**



12 asociații



15 proiecte



35.260 beneficiari

EDUCAȚIE

- 28 Asociația 11even
- 31 Fundația Hospice „Casa Speranței”
- 33 Asociația Green Revolution
- 35 Asociația Tineri pentru Educație și Societate (TES)
- 37 Fundația The Duke of Edinburgh & International Award Romania
- 41 Asociația Ateliere Fără Frontiere
- 43 Asociația Studențească AMICUS
- 44 Asociația Antiquitas
- 45 Asociația Curtea Veche
- 47 Asociația Pro Magna
- 49 Asociația Untold
- 50 Asociația Călătoria Divorțului
- 52 Donație calculatoare

ASOCIAȚIA 11EVEN

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Viziunea asociației este: "Oameni fericiți, comunități ferice. Oameni educați, comunități educate".

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

2.4 mil. lei

din care:

83%

susținut de Kaufland România

**Bugetul susținut de Kaufland România a fost folosit pentru dezvoltarea proiectelor din categoriile Educație și Sport & Sănătate*

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

3 / Cel mai mare 100

/ Creatori de viitor: Incubator

/ Creatori de viitor: Champions United

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profunditatea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
2. A generat o transformare



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Cel mai mare 100



Peste 4.800 de persoane au stabilit la Alba Iulia recordul mondial cu cea mai mare hartă a unei țări formată din oameni, în interiorul căreia a fost format și numărul 100, simbolizând Centenarul Marii Uniri. Cei **4.807 participanți**, majoritatea elevi, au venit din 70 de localități din aproape toate zonele istorice ale României.

Participanții - care s-au adunat în Cetatea Alba Carolina - au evidențiat harta României cu ajutorul pelerinilor negre, iar cu pelerine albe au evidențiat numărul 100. La final, cu ajutorul unor șepci roșii, galbene și albastre, ei au format harta României. Alba Iulia, Kaufland România și Asociația 11even au intrat astfel în Guinness World Record pentru cea mai mare hartă a unei țări formată din oameni.

Proiectul, în care au fost implicați peste **300 de voluntari**, a făcut parte din Festivalul Bucurie în Mișcare, organizat în perioada 28-29 septembrie 2018.



Creatori de viitor: Incubator



CREATORI DE VIITOR este un program educațional dedicat liceenilor cu performanțe din România și Republica Moldova. În cadrul acestuia, tinerii iau contact și sunt mentorați de lideri implicați activ în viața socială, politică și economică internă și internațională. Totodată, programul reprezintă și o platformă generatoare de idei ce aduc schimbare în comunitățile din care creatorii de viitor provin și nu numai.

Creatori de viitor: INCUBATOR a avut prima ediție în 2018 și a fost un eveniment de 4 zile în care s-au reunit idei de proiecte aparținând unor echipe de liceeni parte a comunității Creatori de viitor.

Proiectul funcționează ca un incubator pentru proiectele care au obținut deja finanțare sau care au fost selectate în baza unor nevoi și direcții prestabilite, urmând un model similar aplicat startup-urilor. Astfel, se crează un mediu în care ideile primesc consiliere din partea unor specialiști în domenii cheie necesare dezvoltării unui proiect (project management, promovare, fund raising, leadership ș.a.), precum și asistență în dezvoltarea unor strategii de implementare sustenabile.

Evenimentul a fost organizat în ianuarie 2018, la Cluj Napoca și au participat **20 de liceeni**.

Creatori de viitor: Champions United

Aflat deja la a 5-a ediție în 2018, Champions United este unul dintre cele mai importante evenimente naționale dedicate liceenilor cu performanțe. Este locul unde an de an, se reunesc zeci de creatori de viitor, cărora li se oferă un program diversificat și interactiv, un mediu în care aceștia se lasă inspirați de mentori invitați și locul unde sunt provocați să aducă schimbare în societate.

La ediția din 2018, organizată în luna septembrie, la Cluj Napoca, au participat **80 de liceeni** cu performanțe deosebite din România și Moldova.



Suntem recunoscători pentru un parteneriat de lungă durată cu Kaufland România. Datorită unei viziuni comune, am reușit să dezvoltăm programe cu impact național, care să devină etalon în cele 2 arii de interes ale asociației noastre: promovarea mișcării în comunitate și susținerea tinerilor performeri din România.

OVIDIU NEAMȚU
Președinte



FUNDAȚIA HOSPICE „CASA SPERANȚEI”

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Viziunea Fundației Hospice

„Casa Speranței” este ca, în România, toți pacienții cu boli incurabile să beneficieze de servicii adecvate de îngrijire paliativă, la momentul potrivit, pentru a trăi cu demnitate fiecare clipă, alături de cei dragi.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:** **17.251.000 lei**

din care: **2,18%**
susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:** **1 / Școala Hospice**

**Proiectele dezvoltate de Hospice Casa Speranței, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Educație, Cultură și Sport & Sănătate*

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului



Școala Hospice

Școala HOSPICE urmărește reducerea riscului de abandon școlar cu care se confruntă copiii pacienți, dar și cei din familii ai căror membri suferă de boli incurabile sau care au decedat din cauza unor asemenea afecțiuni. Acești copii sunt marcați de traume profunde ce le afectează activitatea educațională și generează dificultăți care, neadresate în mod corespunzător, se pot agrava afectându-le iremediabil viitorul și calitatea vieții.

Proiectul urmărește crearea unui model integrat de intervenție asupra copiilor cu dificultăți de învățare, de formare a aparținătorilor acestora (pentru a monitoriza și menține progresele), de implicare a școlilor din care provin copiii în sprijinirea acestora prin adaptarea activităților educaționale în funcție de cerințele educaționale speciale ale copiilor.

✓ Intervenția psihoeducațională și logopedică în Școala HOSPICE cuprinde următoarele servicii integrate:

- Evaluare psihoeducațională și logopedică;
- Intervenție psihoeducațională individualizată (curriculum adaptat, PEI pe toate ariile dezvoltării-cognitiv, psihomotric, emoțional, autogospodărire, socializare);
- Intervenție logopedică;
- Evitarea abandonului școlar prin diminuarea dificultăților / tulburărilor de învățare;
- Consiliere psihoeducațională și psihoterapie în perioada pre / post doliu;
- Consilierea și implicarea familiei în educația propriilor copii.

Școala face parte din secția de pediatrie cu servicii integrate a Centrului de îngrijire paliativă din București, inaugurat în 2016 cu sprijinul Kaufland România. Secția este compusă dintr-o unitate cu o capacitate de 8 paturi, un centru de zi, un cabinet de consultații, o sală de stimulare multisenzorială, un cabinet de explorări funcționale, sala de kinetoterapie,

Școala HOSPICE, în care activitățile educaționale sunt concepute individualizat pentru creșterea

autonomiei personale și a stimei de sine, include și o echipă de îngrijire la domiciliu și în spitalele partenere.

În 2018, proiectul a avut următoarele rezultate: **50 copii** beneficiari, **310 intervenții educaționale**, **35 sesiuni kinetoterapie**, **62 sesiuni consiliere** psiho-emoțională. **11 studenți** de la Universitatea București, Facultatea de Psihologie și Științele Educației au derulat stagii practice în cadrul Școlii HOSPICE București.



ASOCIAȚIA GREEN REVOLUTION

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Green Revolution susține reducerea poluării în marile orașe, a impactului pe care activitățile umane îl au asupra mediului, cât și creșterea calității vieții locuitorilor în marile aglomerări urbane.

Asociația propune și realizează, împreună cu autoritățile, strategii și politici de mediu coerente. Militează pentru introducerea bicicletei ca mijloc de transport alternativ, pentru reducerea consumului de energie, pentru folosirea surselor regenerabile și a tehnologiilor verzi, pentru implementarea sistemelor de colectare selectivă a deșeurilor, pentru conștientizare și educație ecologică în școli.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

6 mil. lei

din care:

30%

susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

1 / Green Bee

*Proiectele dezvoltate de Asociația Green Revolution, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Educație și Mediu

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profunditatea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului



Green Bee

Green Bee este un proiect de educație ecologică unic în lume, inovator, de implicare și conștientizare ecologică a micilor membri din mediul urban. Într-unul din cele mai mari parcuri din București, parcul Tineretului, a fost creat un spațiu multimedia de educație, sub forma unei nave spațiale – o construcție modernă cu un diametru de 50 m, echipată cu ecrane de proiecție, calculatoare interconectate, efecte speciale și sisteme automatizate. Orele de educație ecologică, prezentate sub forma unei călătorii spațiale, sunt de 45 de minute. O oră a acomodat grupuri de câte 10 - 12 copii cu vârste între 6 și 14 ani. **Peste 6.715 de copii** au participat la orele de ecologie desfășurate în cadrul proiectului, în cele 30 de săptămâni de proiect.

La festivalul Green School Festival organizat anual în cadrul proiectului, 1000 de elevi și 45 de cadre didactice au luat parte activ la competiția organizată cu 3 probe, în cele 11 școli și 33 de clase. Green Bee a fost prezent în zeci de activități de la Promenada Mall (cursuri de reciclare creative) până la Muzeul Antipa, Muzeul Satului etc.



ASOCIAȚIA TINERI PENTRU EDUCAȚIE ȘI SOCIETATE (TES)

● *partener comunitar de tradiție*

viziune & misiune

Viziunea organizației este promovarea educației, sănătății, culturii și a valorilor civice în rândul tinerilor. Obiectivele asociației sunt extinderea programelor de educație și formare profesională și sprijinirea tinerilor pentru a accesa mai ușor piața muncii.

Necesar de finanțare al asociației în 2018:

700.000 lei

din care:

11,7%

susținut de Kaufland România

Număr de proiecte susținute de Kaufland România în 2018:

1 / Upgrader Youth 2.1

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profunditatea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Upgrader Youth 2.1

Proiectul UPGRADER YOUTH 2.1 este o inițiativă a Asociației Tineri pentru Educație și Societate care își propune creșterea nivelului de cunoștințe digitale în rândul tinerilor din România pentru pregătirea viitoarei forțe de muncă și a viitorilor antreprenori, odată cu îmbunătățirea competitivității digitale și a performanțelor informaționale. Creșterea nivelului de alfabetizare digitală și dobândirea de abilități digitale pot genera locuri de muncă digitale și pot sprijini dezvoltarea unei economii digitale în România.

Proiectul UPGRADER YOUTH 2.1, parte a programului de educație digitală TES, a avut ca beneficiari ai programului de formare profesională **250 de tineri** cu vârsta cuprinsă între 16-19 ani, înscriși în învățământul liceal rural din județe vulnerabile și comunități defavorizate din punct de vedere economic, cu rată de abandon școlar mare, respectiv: Ilfov, Ialomița, Brăila, Galați, Iași, Bacău, Teleorman, Dolj, Gorj și Mehedinți.

Programul s-a desfășurat în perioada mai-decembrie 2018, urmând să continue în perioada ianuarie-aprilie 2019. Proiectul vine în continuarea UPGRADER YOUTH 2.0 prin oferirea cursurilor gratuite de Competențe Informatică autorizate ANC (Autoritatea Națională pentru Calificări).



Kaufland România este un partener de nădejde când vine vorba de educația tinerilor din România. Împreună am reușit să ne implicăm în creșterea nivelului de competențe digitale în rândul tinerilor din mediul rural din România.

GRIGORE BORONTIȘ
Președinte



FUNDAȚIA THE DUKE OF EDINBURGH'S INTERNATIONAL AWARD ROMANIA

O partener comunitar nou

viziune & misiune

The Duke of Edinburgh's International Award este liderul global al programelor de tineret, cu peste 60 de ani de existență ce au dovedit că, prin reunirea experiențelor și competențelor necesare creării unor cetățeni implicați, tinerii devin mai pregătiți pentru o educație echilibrată, pentru locul de muncă și pentru viață.

Programul the Duke of Edinburgh's International Award este prezent în peste 140 de țări și teritorii și este patronat la nivel global de Alteța Sa Regală Ducele de Edinburgh, iar la nivel național de Majestatea Sa Margareta, Custodele Coroanei Române.

Viziunea fundației în România este de a face programul să ajungă în viețile cât mai multor tineri, indiferent de mediul lor de proveniență, pentru a putea îmbrățișa oportunitatea de a-și găsi potențialul și de a-și depăși limitele. Având o serie de principii solide bazate pe filosofia voluntariatului și a învățării prin experiență, programul Award necesită implicare pe termen lung, nu numai din partea tinerilor, dar și partea adulților.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

497.000 lei

din care:

30%

susținut de Kaufland România

*Bugetul susținut de Kaufland România a fost folosit pentru dezvoltarea proiectelor din categoriile Educație și Cultură

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

1 / Extinderea programului Award

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. **CE S-A SCHIMBAT?** *tipul impactului*
2. **CUM S-A SCHIMBAT?** *profundimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului
(acțiuni de ecologizare și plantare 500 puieți de molid)



Programul Award

Programul The Duke of Edinburgh's International Award este deschis tuturor tinerilor cu vârsta cuprinsă între 14-24 ani, indiferent de mediul de proveniență. Este non-competitiv, plăcut, voluntar și un program echilibrat care necesită un efort susținut de-a lungul parcurgerii sale. El oferă un cadru de educație nonformală care este complementar educației formale sau care oferă un substitut acolo unde oportunitățile formale nu sunt disponibile. Award este un program care oferă posibilitatea tinerilor să își demonstreze dezvoltarea personală și progresul realizat într-un cadru internațional recunoscut.

Scopul proiectului a fost de a face programul Award disponibil tinerilor din țară, indiferent de mediul de proveniență, economic, etnie sau religie, cu specială privire tinerii din medii dezavantajate, precum și să ofere tinerilor implicați în programul Award deprinderi de viață independentă, în orice țară europeană și nu numai; să creeze o rețea, comunitate de tineri care să participe activ la îmbunătățirea nivelului de trai din comunitatea lor și din România, precum și să ofere un sprijin pentru a dezvolta viața indivizilor și comunității lor.



ACȚIUNI ȘI ACTIVITĂȚI:

- 1 Contactarea organizațiilor și liceelor din țară și din București
- 1 Licențierea organizațiilor și liceelor
- 1 Derularea de cursuri - formarea liderilor Award și a supraveghetorilor și evaluatorilor
- 1 Prezentarea programului Award către tineri
- 1 Înscrierea tinerilor în programul Award
- 1 Derularea programului Award și susținerea liceelor și organizațiilor în implementarea strategiei planificate
- 1 Recunoașterea meritelor tinerilor care finalizează programul Award prin organizarea unei ceremonii locale, regionale sau naționale.

REZULTATELE PROIECTULUI:

- ✓ Înscrierea a peste 800 de noi tineri în program (dintre care 25% din medii dezavantajate) și implicarea a 600 de adulți voluntari în mentorarea și susținerea celor 1400 de tineri activi în 2018.
- ✓ Recunoașterea eforturilor și certificarea a 154 de tineri care au terminat nivelurile de bronz, argint sau aur prin organizarea a 4 ceremonii la nivel local sau regional în București, Piatra Neamț, Cluj Napoca și Pașcani.
- ✓ Licențierea și validarea a 25 de organizații, licee sau companii la nivel național.

✓ Training:

- derularea a 10 cursuri și formarea a peste 100 de noi adulți voluntari (cadre didactice, lucrători de tineret, ghizi montani și persoane abilitate pentru expediții, precum și tineri finalizatori ai programului);
 - derularea a 7 cursuri de formare de Lideri Award la Făgăraș, Bacău, Sfântu Gheorghe, Cluj-Napoca, Târgu Secuiesc și Pașcani
 - derularea a 2 cursuri de formare de supraveghetori și evaluatori la București și Brașov
 - derularea unui curs de management pentru coordonatorii programului în organizațiile și liceele din țara la Brașov
- #### ✓ Secțiunea de aventură
- susținerea și planificarea a 40 de călătorii ale tinerilor - explorare urbană, rurală sau expediții montane la nivel național
 - organizarea unei tabere de voluntariat și 4 tabere de aventură pentru tineri cu oportunități reduse, înscriși la nivelurile de bronz și argint
 - organizarea unei întâlniri naționale cu 40 de supraveghetorii și evaluatorii implicați în program
 - organizarea și derularea unor sesiuni de pregătire pentru tineri (prim ajutor, orientare hartă și busolă, echipament, supraviețuire, campare și planificare a călătoriilor)

BENEFICIARI DIRECTI

+ **5.000 de tineri** din liceele, organizatiile și instituțiile de tineret din țară

În România, elevii și studenții care au parcurs unul dintre cele trei niveluri ale programului, **au adus un aport de 170.000 de ore de voluntariat.**

Programul Award este cel mai bun program de educație non-formală la nivel global și le oferă tinerilor experiențe concrete și un cadru de dezvoltare în afara sălii de clasă, prin crearea de oportunități în cadrul cărora pot deveni activi din punct de vedere fizic, pot fi de folos comunității și își dezvoltă spiritul de echipă prin parcurgerea unei activități în aer liber, experiențe acreditate pe plan internațional, dar și recunoaștere a realizărilor personale la nivel mondial. Participanții devin mai încrezători, dezvoltându-și abilități în domeniul comunicării, al capacității de rezolvare a problemelor și de leadership. Acest lucru, la rândul său, are un impact pozitiv asupra comunităților din care fac parte, înregistrându-se îmbunătățiri în diverse aspecte, cum ar fi ocuparea forței de muncă, starea de sănătate și situația socială, precum și rezultate superioare din punct de vedere educațional.

Prin sponsorizarea acordată de Kaufland România, programul Award a reușit să ajungă la tineri din medii defavorizate și a adus transformări pozitive în viețile a peste 1.400 de tineri la nivel național, de la excelența în educație până la îmbunătățirea calității vieții sau a reducerii abandonului școlar. Impactul programului asupra acestor tineri este extraordinar: pur și simplu le transformă viețile.

SHAJJAD RIZVI
Președinte



ASOCIAȚIA ATELIERE FĂRĂ FRONTIERE

● *partener comunitar de tradiție*

viziune & misiune

Ateliere Fără Frontiere (AFF) este o asociație creată în 2008, având ca scop inserția socială, profesională și civică a persoanelor aflate în mare dificultate.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

3 mil. lei

din care:

8%

susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

1 / Dă-mi click pe România!

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Participarea voluntară a angajaților
Kaufland România la desfășurarea
proiectului



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profunditatea impactului*
1. Îmbunătățirea competențelor personale
2. S-a produs o îmbunătățire



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protecție a mediului



Dăm click pe România!

Cu ocazia aniversării a 10 ani de activitate în sprijinul incluziunii și al educației, Ateliere Fără Frontiere a lansat prima ediție „Dăm Click pe România!”, program național de educație prin respect față de mediu și solidaritate socială, având ca partener principal Kaufland România și beneficiind de sprijinul Fundației Up și al Up România, filială a Grupului Up.

În prima ediție a programului, asociația a donat **750 de computere** revalorizate pentru sprijinirea educației și a incluziunii în comunitățile defavorizate.

Începând din 26 martie 2018, școlile, liceele, grădinițele, organizațiile non-profit și instituțiile publice sociale care au avut nevoie de calculatoare și-au putut înscrie în concurs proiectele de educație, formare sau integrare.

Echipamentele donate prin programul „Dăm click pe România” au fost colectate de către Ateliere Fără Frontiere de la companii responsabile și au primit o nouă viață în atelierul reconect, fiind recondiționate de către persoane în dificultate aflate într-un parcurs de inserție. Calculatoarele au fost livrate complete (unitate centrală și monitor, tastatură și mouse), au dispus de garanție și de software-ul necesar unei bune utilizări.

În 2018, Kaufland a sărbătorit 50 de ani de existență pe piața internațională. În România a ales să sărbătorească dotând **50 de școli** cu computere necesare laboratoarelor IT, pentru că tratează cu seriozitate responsabilitatea pe care o are față de mediu și față de societate.

În prima etapă, au fost selectate **192 de școli**, instituții sau asociații. **8395 de elevi** și 451 de cadre didactice au beneficiat de această inițiativă.



În 2018, cu ajutorul Kaufland România, am reușit să oferim 750 de echipamente IT complete către 50 de școli și licee din comunități mai puțin dezvoltate care derulează proiecte de educație pentru un public aflat în dificultate: copii și tineri defavorizați, instituționalizați sau cu dizabilități, grupuri marginalizate sau vulnerabile. Oameni curajoși, care merită ajutați să construiască lumea de mâine. Acești oameni ne dau nouă motivația de a munci în fiecare zi pentru un viitor mai bun. Ți felicităm pe toți cei care au făcut acest proiect posibil și le mulțumim pentru că există!



PATRICK OURIAGHI
Director General

ASOCIAȚIA STUDENȚEASCĂ AMICUS

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Asociația își propune să stabilească relații de prietenie în mediile studentești și să ofere oportunități în dezvoltarea personală, având la bază principii de viață sănătoase pentru trup, minte și suflet.

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

1 / Orășelul Copiilor

Orășelul Copiilor

Cea de-a 12-a ediție a Orășelului Copiilor a avut loc în data de 10 iunie 2018, în Parcul Central din Cluj-Napoca și a fost organizat de Asociația Studențească AMICUS, împreună cu Inspectoratul de Poliție Județean Cluj și Primăria Municipiului Cluj-Napoca.

Proiectul a avut ca scop familiarizarea copiilor și adolescenților cu rolul și atribuțiile instituțiilor publice și serviciilor de protecție socială, fiecare instituție participantă la eveniment având un stand de prezentare atractiv, pe înțelesul celor mici.

Polițiștii criminaliști au făcut demonstrații specifice (prelevare urme, prezentare laborator criminalistic mobil, etc.). De asemenea, polițiștii rutieri au prezentat autospecialele de poliție, iar polițiștii de intervenție specială au făcut demonstrații cu câinii polițiști și au expus tehnica din dotare.

De asemenea, sub supravegherea polițiștilor de prevenire, copiii au putut conduce mașinuțele electrice într-un mini-circuit rutier amenajat cu indicatoare rutiere.

Număr beneficiari:
4000 de copii.



ASOCIAȚIA ANTIQUITAS

○ partener comunitar nou

Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:

1 / ArheoSchool Capidava

ArheoSchool Capidava

ArheoSchool Capidava s-a desfășurat în perioada iunie-iulie 2018 și a avut ca obiectiv central instruirea tinerilor în probleme ce țin de patrimoniul cultural național. Proiectul s-a desfășurat în localitatea Capidava, județul Constanța, iar scopul central a fost familiarizarea membrilor comunității cu istoria locului în care trăiesc, dar și instruirea participanților în domeniul arheologiei și al instrumentelor specifice de studiu și cercetare.



REZULTATELE PROIECTULUI:

- ✓ Implicarea unui număr de **15 studenți** din cadrul Facultății de Istorie, Universitatea București, în problemele ce țin de arheologie, restaurare și conservarea patrimoniului ori metode invazive de cercetare;
- ✓ Promovarea și instruirea unui număr de **20 de elevi** din cadrul Școlii Generale nr. 1, Topalu, jud. Constanța; familiarizarea acestora cu valorilor și istoria locală, dar și a modalităților optime de conservare a patrimoniului cultural;
- ✓ Formarea de specialiști ce vor putea să se alăture echipei științifice a sit-ului.

Printre activitățile ce s-au derulat pe parcursul proiectului, tinerii au participat la programe zilnice de muncă de teren. Mai mult, beneficiarii au fost prezenți pe sit și au participat direct în cadrul activităților dedicate săpăturilor arheologice, respectiv pentru: identificarea unei noi secțiuni, trasarea sa, realizarea săpăturilor propriu-zise, identificarea unor posibile incinte, cartografierea incintelor, fotografierea și corelarea cu celelalte secțiuni. În funcție de cantitatea de material descoperit în cadrul incintelor, participanții au luat parte la cursuri teoretice de conservare-restaurare.

După finalizarea sesiunilor teoretice, beneficiarii au participat la sesiuni practice și au putut să aplice noțiunile cu care s-au familiarizat pe parcursul proiectului, pentru conservarea și restaurarea materialelor descoperite în cadrul ArheoSchool Capidava.

ASOCIAȚIA CURTEA VECHE

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Asociația Curtea Veche s-a înființat în 2014 cu scopul de a promova lectura de plăcere în rândul copiilor. Obiectivele asociației sunt: formarea obiceiului de a citi în rândul copiilor și al familiilor; scăderea ratei analfabetismului funcțional și creșterea gradului de fluentă la citit și vorbit; facilitarea accesului la cărți prin donații pentru copii care provin din familii fără posibilități sau grupuri dezavantajate.

Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:

1 / Narativ – festival de lectură pentru copii

Narativ festival de lectură pentru copii

Cea de-a patra ediție a festivalului de lectură pentru copii Narativ a avut loc în perioada 24-25 noiembrie 2018, la Colegiul Național Cantemir Vodă. Au participat copii cu vârste între 3 și 14 ani, care au vrut să descopere magia cititului alături de Nara și Tiv, ghizii aventuroși ai Festivalului.

Activitățile pregătite pentru ei i-au încurajat să se exprime liber, să deseneze, să compună muzică, să facă teatru și recenzii video, să învețe și să folosească

tehnici de dezbateri, să facă experimente și chiar să inventeze propriile povești. Părinții și profesorii au participat la conferințe susținute de specialiști în psihologia copilului și în educație non-formală, unde au putut învăța mai multe despre cum îi pot sprijini pe cei mici în dezvoltarea obiceiului pentru lectură.



Atelierele pregătite au fost realizate în jurul unora din cele mai frumoase și cunoscute titluri ale literaturii universale, precum:

- Debate – Mituri Romane;
- Povești pe muzică – Călătoriile lui Gulliver;
- Jurnalistul de poveste – Robinson Crusoe;
- BodyPercussion – Visul unei nopți de vară;
- Bookopoly board game – Romeo și Julieta;
- Povești vizuale – Frida;
- Actorie – Odiseea;
- Atelier Experiențial – Marie Curie și multe altele.

A patra ediție a festivalului NARATIV a adus în premieră și activități de storytelling în limbi străine, în parteneriat cu institutele culturale din București și un eveniment special cu participarea campioanei olimpice la scrimă, Ana-Maria Brânză, care le-a vorbit copiilor despre importanța educației prin sport și lectură.

Numar beneficiari:

3000 de copii și părinți.

ASOCIAȚIA PRO MAGNA

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Pro Magna este o organizație lider, dedicată excelenței în mediile academice, private și publice.

Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:

1 / Școala de Vară
de Antreprenoriat și Limba Germană

Școala de Vară de Antreprenoriat și Limba Germană

În perioada 22 iulie – 3 august 2018 și 5-17 august 2018 a avut loc în localitatea Moieciu de Sus, județul Brașov, a șaptea ediție a Școlii de Vară de Antreprenoriat și Limba Germană 2018, organizată de Facultatea de Administrarea Afacerilor din cadrul Academiei de Studii Economice București cu sprijinul Asociației Pro Magna.

În cadrul Școlii de Vară au participat aproximativ **130 persoane**, elevi și studenți ai unor prestigioase colegii naționale și universități românești.

La începutul fiecărei serii a avut loc un test de încadrare lingvistică, în urma căruia participanții au fost încadrați în cinci (în seria întâi), respectiv șapte grupe de lucru (în seria a doua), în funcție de nivelul lor de limbă germană.

În cadrul grupelor de lucru rezultate au predat profesori străini specializați pe predarea limbii germane străinilor, în mare măsură vorbitori nativi ai limbii germane, care provin din Germania și Austria.



În afara orelor efective de limbă germană au mai existat două categorii mari de activități: prezentările susținute de către reprezentanții mediului economic și social din România și de către profesorii din Germania și Austria. Prin aceste prezentări s-a dorit familiarizarea și apropierea participanților de mediul de afaceri german, cultura și limba germană.



ASOCIAȚIA UNTOLD

● partener comunitar de tradiție

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

1 / Bac de 10

**Proiectele dezvoltate de Asociația Untold, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Educație, Cultură și Sport & Sănătate*

Bac de 10

Campania „BAC de 10” a motivat absolvenții de liceu și în 2018. Cine a luat 10 la bac a avut intrare gratuită la festivalurile Untold și Neversea. Pe lângă participarea gratuită la cele mai atractive festivaluri din Europa, absolvenții de 10 au primit fiecare și câte un voucher în valoare de 500 de lei din partea Kaufland România.

În plus, toți cei care s-au înscris la examenul de bacalaureat în sesiunea din vară 2018, au putut achiziționa abonamentul cu reducere la cele două festivaluri.

În 2018 campania a fost susținută de trupa VAMA, de un proaspăt absolvent de liceu, care a dat examenul de bacalaureat în 2018, Alexia Eram, dar și de către corespondentul PRO TV, Paula Herlo.

De această campanie au beneficiat **3550 de tineri.**



ASOCIAȚIA CĂLĂTORIA DIVORȚULUI

O partener comunitar nou

viziune & misiune

Misiunea asociației este prevenirea impactului negativ asupra sănătății emoționale a copiilor care trec prin divorțul părinților.

Necesar de finanțare al asociației în 2018: **100.000 lei**

din care: **23%**
susținut de Kaufland România

Număr de proiecte susținute de Kaufland România în 2018: **1** / Campanie de distribuire a Ghidului de Parenting după Divorț

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

- 1. CE S-A SCHIMBAT?** *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*
1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
 2. S-a stabilit o legătură



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Campanie de distribuire a Ghidului de Parenting după Divorț

În România există 880.000 de copii cu probleme și tulburări de sănătate mintală, dintre care 150.000 de copii cu depresie, conform unui studiu efectuat de Organizația „Salvați copiii”. Copiii ai căror părinți au divorțat înregistrează statistic mai multe probleme de sănătate, mai multe dezechilibre emoționale și comportamentale și tendințe mai mari spre izolare și depresie. Un studiu efectuat pe copiii proveniți din familii divorțate a arătat că la 89% dintre aceștia divorțul le-a afectat viața într-un mod negativ.



În urma studiilor efectuate, Asociația „Călătoria Divorțului” a identificat nevoia unui instrument de educație a părinților în familii monoparentale și a elaborat unicul Ghid de Parenting după Divorț din România.

Ghidul a fost distribuit în formă tipărită și promovat către părinți prin școlile pilot din București, desemnate în cadrul parteneriatului creat între Asociația „Călătoria Divorțului”, Inspectoratul Școlar Municipal București și Casa Corpului Didactic.

BENEFICIARIII PROIECTULUI:

- + diriginții și consilierii școlari din școlile pilot, care au fost instruiți asupra conținutului Ghidului și asupra modului de lucru cu acest document, prin intermediul unor training-uri oferite de către specialiștii Divorce Journey.
- + părinții care au fost instruiți cum să folosească acest material, participând la întâlniri susținute de: specialiștii Divorce Journey, specialiștii Centrului de Parenting și psihologii de la Direcția de Protecție a Copilului.
- + copiii care s-au bucurat de părinți avizați asupra impactului pe care divorțul îl produce asupra lor.

Ca urmare a acestui proiect, **200 de copii** proveniți din familii divorțate au avut parte de o abordare mai bună din partea părinților, care înțeleg consecințele psihologice ale divorțului asupra copiilor lor și în felul acesta reduc riscul de depresie în rândul minorilor.

Suportul oferit de Kaufland România ne-a ajutat să facem cauza socială a copiilor afectați de divorțul părinților vizibilă la nivel național, să tipărim un număr mai mare de ghiduri pe care să le distribuim în școli, dar mai ales să arătăm societății că un subiect social tabu trebuie făcut în primul rând vizibil, pentru a putea fi rezolvat.

GABRIELA SAULEA
Președinte

DONAȚIE CALCULATOARE

Și în anul 2018, Kaufland a susținut educația digitală a elevilor din România, prin donația a 31 de calculatoare către două școli - Colegiul Național Mihai Viteazu Ploiești și Școala Generală Nicolea Iorga Ploiești. Un număr de 1000 de elevi beneficiază de acest proiect.





MEDIU

- 56 Asociația Institutul de Cercetare în Permacultură din România
- 59 Asociația Green Revolution
- 62 Asociația Viitorul în Zori
- 64 ViitorPlus - asociația pentru dezvoltare durabilă
- 67 Asociația Parcul Natural Văcărești
- 69 Asociația Star Education
- 71 Donație mașini electrice



6 asociații



8 proiecte



600.050 beneficiari

ASOCIAȚIA INSTITUTUL DE CERCETARE ÎN PERMACULTURĂ DIN ROMÂNIA

● *partener comunitar de tradiție*

viziune & misiune

Viziunea asociației este o rețea de oameni, inițiative, proiecte și centre demonstrative ce studiază, practică, cercetează activ și promovează permacultura în România.

Misiunea asociației este de a susține activ practica permaculturii în România pe planurile social, economic și de mediu înconjurător prin cercetare, educație, comunicare, implementare inițiative și centre demonstrative de permacultură, conectare cu instituții naționale și internaționale.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:** *1.3 mil. lei*

din care: **94,6%**
susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:** *1 / Grădinescu*



FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. **CE S-A SCHIMBAT?** *tipul impactului*
2. **CUM S-A SCHIMBAT?** *profundimea impactului*
1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
 2. S-a stabilit o legătură



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu



Grădinescu

GRĂDINESCU 2018 a presupus mentenanța celor 7 grădini urbane și 8 modele de grădini urbane create de Grădinescu în 2017 în Capitală: grădini pe acoperișurile și terasele clădirilor, peisaje comestibile, grădini cu sisteme hidroponice, grădini comunitare, o seră urbană, grădini în curtea școlii, Livada urbană de tip "Food Forest".

Proiectul a vizat în acest an creșterea implicării comunității în organizarea și mentenanța grădinii, organizându-se 34 de mari ateliere, alte prezentări și discuții la care au participat peste 1000 de adulți, membri ai grădinilor comunitare și voluntari.

Au fost organizate o serie de ateliere educaționale pentru copii, desfășurate în locațiile Grădinescu sau în școlile din București la care au participat peste 800 de copii.

Extinderea Grădinescu în anul 2018 a presupus dezvoltarea a 3 noi grădini pentru care s-a realizat proiectarea, amenajarea, mentenanța și activarea comunității prin workshopuri și evenimente. Grădinile au fost realizate în București (Școala Gimnazială nr. 136 și Ambasada Sustenabilității din România) și în Alba Iulia.



Acțiunile din 2018 au adus, prin impactul proiectului Grădinescu, contribuții importante în ce privește schimbarea mentalității, creșterea gradului de încredere și dezvoltarea abilităților locuitorului din mediul urban de a-și cultiva propria hrană, cât și în experimentarea dezvoltării unor grădini urbane roditoare folosind metode inovative și prietenoase cu natura (eco-bio-permacultură), dezvoltate în parcurile, în spatele sau pe acoperișurile magazinelor Kaufland, în spații publice sau în curtea școlilor.

Beneficiari direcți: **400 copii, 700 adulți.**

Beneficiari indirecti: peste **5000 de persoane.**



Proiectul Grădinescu, dezvoltat împreună cu Kaufland România, a pus România pe harta Europeană de inițiative urbane sustenabile. Ne bucură inițiativa Kaufland de a sprijini dezvoltarea de noi grădini urbane în București și în țară, precum și grija față de sustenabilitatea proiectului pe termen lung, până la dezvoltarea de comunități reziliente și responsabile față de mediul înconjurător și față de semeni.

Comunicarea agilă și fructuoasă cu departmentul CSR a creat un cadru suportiv pentru echipa Grădinescu și pentru dezvoltarea proiectului. Considerăm colaborarea cu Kaufland România un model viabil de colaborare ONG - mediul privat.



IONUȚ BĂDICĂ
Președintele Asociației

ASOCIAȚIA GREEN REVOLUTION

● *partener comunitar de tradiție*

viziune & misiune

Green Revolution susține reducerea poluării în marile orașe, a impactului pe care activitățile umane îl au asupra mediului, cât și creșterea calității vieții locuitorilor în marile aglomerări urbane.

Asociația propune și realizează, împreună cu autoritățile, strategii și politici de mediu coerente. Militează pentru introducerea bicicletei ca mijloc de transport alternativ, pentru reducerea consumului de energie, pentru folosirea surselor regenerabile și a tehnologiilor verzi, pentru implementarea sistemelor de colectare selectivă a deșeurilor, pentru conștientizare și educație ecologică în școli.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

6 mil. lei

din care:

30%

susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

1 / I-Velo 2.0 Urban

Kaufland România este despre oameni. O companie cu viziune și un partener de încredere în dezvoltarea de proiecte curajoase, atipice și inovative menite să schimbe fața orașelor în care trăim și să ne facă să vrem și să putem fi mai buni.

RALUCA FIȘER
Președinte



FORMA CONTRIBUȚIEI



Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR



- 1. CE S-A SCHIMBAT?** *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?



impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?



impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului

1-velo Urban

1-velo Urban este continuarea proiectului de bike-sharing automatizat din București, început în 2017. Scopul proiectului este de promovare a mersului pe bicicletă cu scop utilitar și de dezvoltare, implementare, mentenanță a unui sistem de bike-sharing automatizat, cu **15 stații**, în cele mai relevante puncte din București, operând peste 250 biciclete, 365 zile/an, 24/24 ore. În cele 12 luni de proiect, aplicația mobilă a fost îmbunătățită, asociația a dezvoltat un model de stație mai performantă și a operat la cele mai înalte standarde sistemul atât tehnic, operațional, cât și pe zona de comunicare și call-center.

Peste 7 campanii de comunicare și promovare au fost derulate în cadrul 1-velo Urban, având ca rezultat **peste 26.000 utilizări ale sistemului**.



ASOCIAȚIA VIITORUL ÎN ZORI

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Viziunea asociației este o țară cu 0 deșuri.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:** **2,4 mil. lei**

din care: **65%**
susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:** **2** / Ziua de Curățenie Națională
/ Let's Get Green

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Participarea voluntară a angajaților
Kaufland România la desfășurarea
proiectului

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protecție a mediului
Educație pentru mediu

Ziua de Curățenie Națională

Proiectul a început în luna mai cu campania de cartare - identificarea zonelor cu deșuri din România. În lunile iunie-august au existat activități de promovare prin participarea la evenimente locale. Au fost realizate evenimente de cartare cu mașina sau bicicleta în fiecare weekend, în toată țara. În data de 15 septembrie 2018, **365.000 de voluntari** au ieșit la curățenie în **40 de județe din România** (în județul Ialomița a fost interzisă mobilizarea voluntarilor din cauza peștei porcine). Aceștia au curățat zonele cu deșuri din arealele naturale. Sacii au fost ridicați de firmele de salubritate și, acolo unde s-a putut, au fost valorificați prin reciclare.



Let's Get Green

În perioada ianuarie-mai 2018 a continuat desfășurarea proiectului Let's Get Green unde s-au înscris **520 de școli** din România. Acestea au participat într-o competiție în care erau punctate activitățile de colectare selectivă, educare ECO, plantare copaci, construcție grădini.

- ✓ **10 școli** au primit premii în valoare de 65.000 euro.
- ✓ **129.000 elevi, părinți și profesori** au participat în cadrul programului.
- ✓ **13.500 puieți** au fost plantați, **630 tone de deșuri** au fost colectate.



Mulțumim Kaufland România pentru încrederea în viziunea noastră. În ultimii ani de parteneriat am învățat și soluționat împreună probleme din zona de mediu din România. Efortul comun se vede în rezultatele proiectelor „Let's Do It, România!": peste 1,8 milioane voluntari implicați în proiectele noastre, în 9 ani de activitate.

IONUȚ IORDĂCHESCU

Board Member - Project Management Office & IT



ASOCIAȚIA VIITORPLUS

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

„Redescoperim împreună legătura cu natura și investim în ceea ce lășăm în urma noastră”. Pentru implementarea viziunii, asociația a plecat de la problemele curente din România, a conceput proiecte pilot, în modele cu activități economice sustenabile și educație.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

606.000 lei

din care:

84%

susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

1 / Recicleta

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

- 1. CE S-A SCHIMBAT?** *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profunditatea impactului*
- Schimbarea atitudinii/comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
 - S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului
Locuri de muncă verzi pentru persoane defavorizate



Recicleta

RECICLETA este o întreprindere socială care oferă un serviciu de transport ecologic a materialelor reciclabile, cantități mici și medii. Modelul logistic Recicleta urmărit este last-mile pick-up și folosește cargo-triciclete conduse de persoane active care își doresc locuri de muncă stabile. Obiectivul Recicleta este de a deveni o întreprindere socială sustenabilă, cu impact de mediu pozitiv, prin salvarea materialelor reciclabile de la groapa de gunoi și de a contribui la îmbunătățirea calității vieții în orașele medii și mari, din ce în ce mai poluate și aglomerate din cauza transportului pe baza de combustibil fosil. Modelul de last mile delivery și/sau pick-up pe baza de biciclete, cargo-triciclete/biciclete este o alternativă valoroasă pentru decongestionarea traficului în centrele orașelor.

Kaufland România a susținut creșterea exponențială a programului Recicleta începând cu 2017. De la 150 de scări de bloc deservite atunci, asociația a ajuns la 600 de scări de bloc incluse în program, cu **46.000 de beneficiari direcți** (15% din populația sectorului 2, București).

Ca să ajungă aici, în ultimul an, asociația și-a concentrat eforturile pe:

- mentenanța serviciului de colectare pentru locatarii din cele 300 de scări de bloc existente la început de 2017;
- extinderea programului Recicleta în alte 300 de scări noi (total 600);
- comunicarea programului, a sponsorului și a importanței reciclării;
- dezvoltarea componentelor programului pentru sustenabilitate pe termen lung (obținere autorizare colector, dezvoltare sistem digital de comenzi);
- educație pentru beneficiari.

În 2018 asociația a colectat peste **65.000 de kilograme** de hârtie și carton în recipientele de colectare special amplasate la parterul scărilor de bloc, un serviciu oferit gratuit și constant, folosind transport nepoluant.



Ne bucurăm ca în anul 2018 am continuat parteneriatul strategic cu Kaufland România, cu scopul de a extinde numărul de beneficiari ai programului RECICLETA și de a investi în creșterea sustenabilității financiare. După 2 ani de parteneriat, am extins serviciul de colectare a hârtiei la 600 de scări de bloc, cu 46.000 de locuitori din sectorul 2, beneficiari direcți. Datorită parteneriatului cu Kaufland România, dispunem de resursele necesare pentru îmbunătățirea constantă a modelului de colectare selectivă cu cargo-triciclete: de la îmbunătățirea metodelor de conștientizare a beneficiarilor cu privire la nevoia de a recicla, la achiziționarea de cargo-triciclete asistate electric, până la un sistem digital de gestionare a colectărilor, obținerea autorizației de colector în vederea creșterii sustenabilității financiare pe termen mediu și lung. Eficientizarea activității, dezvoltarea programului, vor demonstra ca RECICLETA este o soluție viabilă de transport, un model de bună practică ce crește șansele acestuia de a fi adoptat la scară largă de administrațiile locale din țară.

TEIA CIULACU
Președinte



ASOCIAȚIA PARCUL NATURAL VĂCĂREȘTI

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Asociația își dorește ca Parcul Natural Văcărești să devină un model de arie protejată care contribuie la dezvoltarea armonioasă a orașului și a comunității. Asociația își propune să dezvolte un proiect integrat care să includă: protecția și conservarea naturii, activități de educație și cercetare științifică, precum și activități de recreere sănătoasă (sport, plimbări în aer liber, observarea naturii, fotografie).

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

976.500 lei

din care:

17%

susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

1 / Bicilești în Văcărești

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

- Schimbarea atitudinii/comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
- S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protecție a mediului
Educație pentru mediu



Biciclești în Văcărești

Asociația Parcul Natural Văcărești, alături de BikeXpert Racing Team, cu sprijinul Kaufland România, au amenajat un traseu de cicloturism și drumeție pe o distanță de 8 km, în Parcul Natural Văcărești. Traseul se adresează bicicletelor echipate pentru terenuri accidentate și este permis adulților și copiilor însoțiți de părinți. „Biciclitul” în Văcărești este o activitate permisă și încurajată de regulamentul parcului.

Ruta măsoară 8 km și este alcătuită din două părți: poteca „belvedere” și poteca „printre bălți”.

Proiectul a inclus și organizarea București Mountain Bike Race, un concurs de mountain bike, ce își propune să sprijine un stil de viață sănătos și să promoveze Parcul Natural Văcărești ca spațiu de protecție, educație și recreere în aglomerația Bucureștiului. Evenimentul vine în întâmpinarea iubitorilor de natură, a cicliștilor amatori și profesioniști ce doresc să-și testeze abilitățile pe două roți, într-un cadru natural de neuitat chiar în mijlocul Bucureștiului. Ediția din

2018, organizată în data de 27 octombrie, a găzduit și ultima etapă din Cupa Națională de MTB pentru Copii.

Cu ajutorul Kaufland România, pe lângă întreținerea traseelor de bicicleta din parc, asociația a amenajat și un punct de închiriere și depanare de biciclete, pentru a veni în ajutorul vizitatorilor parcului.

Beneficiari direcți: aproximativ **3000 de persoane** care au vizitat parcul sau au participat la competiție.



Promovarea sportului în aer liber este o prioritate pentru activitatea asociației noastre. Împreună cu Kaufland România am deschis în Văcărești două trasee de cicloturism și am reușit să punem pe harta Bucureștiului primul traseu competițional de mountain bike care a atras, în cele două ediții de până acum, peste o mie de bicicliști, amatori și profesioniști, mici sau mari, iubitori de natură și de mișcare. Parteneriatul cu Kaufland România înseamnă apreciere reciprocă, respect pentru natură, deschidere către comunitate și explorare cu scopul de a aduce oamenii mai aproape de natură.

DAN BĂRBULESCU

Directorul Asociației Parcul Natural Văcărești



ASOCIAȚIA STAR EDUCATION

● *partener comunitar de tradiție*

viziune & misiune

Asociația Star Education este o organizație neguvernamentală, creată în anul 2007, care își propune să promoveze valorile culturale și artistice autohtone prin activități care sprijină creația în domeniul muzical, prin activități educative în domeniul ecologiei, precum și prin activități care să promoveze obiective istorice, culturale și turistice din România.

Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:

1 / EcoFrecvența

EcoFrecvența

Emisiunea EcoFrecvența este un demers jurnalistic și ecologic, unic pe piața media, de sensibilizare a publicului cu privire la chestiunile legate de mediul înconjurător. Zoli Toth, realizatorul EcoFrecvența, are în spate o bogată activitate în domeniul ecologic, activitate premiată nu de puține ori în cadrul unor evenimente de gen. În fiecare zi, la Național FM sunt difuzate 6 pastile cu durată de maxim un minut, în care sunt prezentate teme de mediu, de la substanțe periculoase pentru mediu, colectarea selectivă a deșeurilor, până la chestiuni legate de alimentația sănătoasă.

A doua componentă a proiectului EcoFrecvența o reprezintă emisiunea săptămânală, EcoFrecvența Live, cu durată de o oră, difuzată miercuri la ora 13:00. În cadrul emisiunii, Zoli Toth are invitați reprezentanți ai ONG-urilor și ai companiilor care desfășoară proiecte de mediu, dar și personalități publice implicate social.

Număr beneficiari: **10.000 ascultători.**



Ecofrecvența este cea mai longevivă emisiune dedicată mediului și bunului simț din România. Am început în 2009 și de atunci nu ne-am mai oprit. Kaufland este partener Ecofrecvența de trei ani. În această perioadă numărul emisiunilor live și al invitaților s-a dublat. Împreună cu Kaufland România, prin Anna-Katharina Scheidereiter și echipa ei, reușim să scoatem la suprafață proiecte și organizații nonguvernamentale care pun umărul la dezvoltarea României.



Promovăm în principal proiecte dedicate mediului și tehnologiilor avansate, dar și proiecte culturale, educaționale, de implicare socială, sport sau viață sănătoasă. Promovăm oameni care transpiră zi de zi pentru o Românie mai curată, mai educată, o țară care să poată zâmbi. Și nu o facem doar pentru astăzi, noi investim împreună în viitor. Am avut ocazia în acești ani să vedem proiecte pornite de la zero, care cu ajutorul Kaufland România au ajuns să schimbe destine, să transforme plânsul în râs, statul degeaba în acțiune și sărăcia într-o viață normală.

Mă bucur să pot vorbi atât de ușor despre un partener atât de serios.

ZOLI TOTH

Realizator Ecofrecvența

DONAȚIE MAȘINI ELECTRICE

Protejarea mediului înconjurător este o preocupare constantă pentru Kaufland România. Compania și-a respectat acest obiectiv prin donarea a 3 mașini electrice către asociațiile partenere: Fundația Hospice "Casa Speranței", Asociația Responsible Business și Asociația MagiCAMP.





SOCIAL



20 asociații



33 proiecte



23.769 beneficiari

74	Asociația Habitat for Humanity România
78	Asociația MagiCAMP
80	Asociația Reality Check
88	Hope and Homes for Children
90	Organizația Salvați Copiii
93	Fundația Centrul Parteneriat pentru Egalitate
95	Asociația Somaro
97	Asociația SOS Satele Copiilor România
100	Fundația PACT - Parteneriat pentru Acțiune Comunitară și Transformare
103	Fundația de Sprijin Comunitar
104	Asociația Speranță pentru Copii
106	Asociația "Sfântul Nicolae și Sfântul Efrem cel Nou"
108	Fundația Viață și Lumină
110	Asociația Șansa Ta
113	Organizația Suedeză pentru Ajutor Umanitar Individual
116	Asociația Internațională a Femeilor din București
118	Asociația Touched România
120	Asociația pentru Handicapați Psihici Caraș-Severin
122	Asociația Împreună pentru Voi
124	Fundația Filantropică Metropolis

ASOCIAȚIA HABITAT FOR HUMANITY ROMÂNIA

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Viziunea Asociației Habitat for Humanity România este o lume în care toți oamenii au posibilitatea să locuiască decent.

Necesar de finanțare al asociației în 2018:

9,8 mil. lei

din care:

14%

susținut de Kaufland România

Număr de proiecte susținute de Kaufland România în 2018:

3 / BIG BUILD 2018

/ Campanie pentru ajutorarea victimelor inundațiilor din iunie 2018

/ BIG BUILD 2018 – strângere de fonduri

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Participarea voluntară a angajaților Kaufland România la desfășurarea proiectului



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Îmbunătățirea calității vieții
2. A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



BIG BUILD 2018

În fiecare an, Habitat for Humanity România organizează BIG BUILD, un eveniment de construire accelerată și voluntariat, în care ridică un număr mare de locuințe în doar 5 zile. Evenimentul începe în prima luni a lunii octombrie, de Ziua Mondială a Locuirii. Habitat for Humanity România a construit între 1-5 octombrie 2018, 10 case în 5 zile, în cadrul BIG BUILD, în Cumpăna, județul Constanța, cu ajutorul a peste 300 de voluntari. Beneficiarii proiectului sunt 10 familii cu venituri reduse din Cumpăna.

Cele 10 locuințe au fost construite în sistem duplex și au trei camere - sufragerie, două dormitoare, baie, bucătărie și un spațiu exterior. Ele sunt amplasate lângă Campusul Școlar din Cumpăna, alături de alte 16 case în diferite stadii de construcție pe care Habitat for Humanity le ridică în comunitate. Terenul pe care sunt construite casele a fost oferit de Primăria Comunei Cumpăna.

Evenimentul de construcție a fost precedat de Housing Forum, conferința de advocacy pe tema locuirii sociale în România. Housing Forum a avut loc la București, în luna septembrie 2018 și a reunit specialiști, reprezentanți ai mediului public, al celui privat și ai societății civile.

Scopul BIG BUILD este construirea unui număr mare de case în 5 zile și expunerea problemelor de locuire precară în România.

BENEFICIARI DIRECTI:

- + **10 familii (25 de parinti și copii),** care locuiesc în casele construite în cadrul evenimentului de construcție accelerată și voluntariat.

BENEFICIARI INDIRECTI:

- + 300 de voluntari care muncesc pe șantier alături de familiile beneficiare. Dintre aceștia, 100 sunt angajați Kaufland România, care au ales să își dedice timpul și să se implice în acest proiect, pentru a da o mână de ajutor celor 10 familii din comunitate să ridice primele lor locuințe decente.
- + Aproximativ 500.000 de oameni care află despre nevoia de locuire din România în urma informărilor de presă cu ocazia BIG BUILD 2018, care sprijină misiunea organizației sau beneficiază de rezultatele activităților de advocacy.



Campanie pentru ajutorarea victimelor inundațiilor din iunie 2018

România este una dintre cele mai vulnerabile țări la dezastre naturale din întreaga Europa. Efectele negative ale dezastrelor naturale sunt puternic amplificate de sărăcia din țara noastră, mai ales în mediul rural. Proiectul a oferit șansa ca asociația să intervină pentru a repara efectele inundațiilor din vara 2018, când mii de familii au fost afectate și au pierdut tot ce au reușit să agonisească într-o viață.

Conform evaluărilor Departamentului pentru Situații de Urgență, peste 1000 de gospodării au fost grav afectate și mai mult de 1000 de oameni evacuați. Primele inundații au avut loc la finalul lunii iunie, dar ploile au continuat să cadă și în următoarele două săptămâni, iar numărul victimelor a fost în creștere. Asociația și-a propus să ajute peste 200 de familii prin diferite intervenții (evaluări tehnice și realizarea de deize de materiale și lucrări, asistență tehnică, livrare de materiale de construcție, reparații ale locuințelor pentru familiile aflate în incapacitate de lucru). Familiile pe care Habitat for Humanity România le-a ajutat sunt familii fără posibilități materiale sau familii formate din oameni

în vârstă care au nevoie de sprijin pentru a scoate mărul din case, a face curățenie și a-și repara casele.

Cu ajutorul Kaufland România, asociația a reușit să realizeze 100 de evaluări tehnice și de deize de materiale și lucrări și 53 de livrări de materiale de construcție în județele Bacău, Neamț, Covasna.

BENEFICIARI DIRECTI:

+ 100 familii (approx. 300 beneficiari)



BIG BUILD 2018

eveniment de strângere de fonduri și înscrieri de voluntari

În pregătirea evenimentului BIG BUILD, Habitat for Humanity, în parteneriat cu Kaufland, a organizat o activare în timpul festivalului Neversea (5-8 iulie 2018), în Constanța, astfel încât un număr cât mai mare de participanți la festival să afle despre misiunea organizației și cum pot susține asociația: fie cu voluntari pe șantier, fie cu o donație făcută la fața locului.

Ideea evenimentului a fost de a recrea pe plajă cadrul de lemn al unei case Habitat for Humanity. În spațiul amenajat vizitatorii au putut să se relaxeze, dar și să afle informații despre activitatea asociației și despre BIG BUILD – panouri informative despre problema locuirii în România, activități care au legătura cu misiunea organizației prin care află de impactul în comunitate, află despre rolul voluntarilor și văd care este rezultatul muncii acestora.

Prin contribuția sa, Kaufland România a contribuit activ la sprijinirea misiunii Habitat for Humanity și la conștientizarea

opinii publice cu privire la nevoia de locuire în România și la încurajarea oamenilor de a se implica în cauze sociale.

BENEFICIARI:

+ Peste 4.000 de oameni au aflat despre nevoia de locuire din România și despre misiunea Habitat for Humanity în urma evenimentului de la Neversea. Aproximativ 10% dintre aceștia au sprijinit organizația și au donat pentru proiectul BIG BUILD 2018.



Habitat for Humanity România are un parteneriat îndelung cu Kaufland România, prin intermediul căruia contribuim de peste 4 ani la îmbunătățirea condițiilor de locuire din România, o țară care se confruntă cu cele mai severe statistici din Uniunea Europeană. Am construit împreună locuințe decente pentru zeci de familii în nevoie și am ajutat sute de persoane afectate de inundațiile din vara anului 2018. Datorită implicării Kaufland România și a angajaților companiei, care muncesc în fiecare an pe șantierele Habitat for Humanity, suntem tot mai aproape de misiunea noastră – o lume în fiecare om are acces la condiții decente de locuit.



ROBERTO PĂTRĂȘCOIU

Director Național Habitat for Humanity România

ASOCIAȚIA MAGICAMP

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Viziunea MagiCAMP este o lume în care copii cu afecțiuni grave au acces la servicii medicale de cea mai bună calitate și cea mai rapidă recuperare posibilă și că aceasta se întâmplă indiferent de locul din care provine copilul și statusul financiar al familiei.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

4,6 mil. lei

din care:

20%

susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

2

/ MagicHOME Fundeni
/ Depozit MagicBOX & Sala Multifuncțională
MagicHOME

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
Îmbunătățirea calității vieții
2. A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



MagicHOME Fundeni

Pentru că actuala casă MagicHOME din București nu mai acoperea nevoia reală de cazare și suport pentru copii cu afecțiuni grave și familiile acestora, Asociația MagiCAMP a demarat încă din 2017 construcția unei case care să găzduiască 25-30 de persoane în același timp. Cu ajutorul Kaufland România, casa MagicHOME va fi finalizată la sfârșitul lunii aprilie 2019, iar cheltuielile operaționale necesare funcționării acesteia (costurile cu terapia, cu transportul părinților la spital, mâncare etc) sunt acoperite pentru întregul an. Casa este situată aproape de Institutul Clinic Fundeni și Institutul Oncologic București.

Casa va avea și o anexă care va găzdui un depozit MagiBOX și o sală multifuncțională.



Kaufland este un partener strategic al MagiCAMP și ne-a stat alături în ultimii 5 ani în cele mai importante dintre proiectele noastre, taberele de vară MagiCAMP de la Brănești, coletele MagicBOX, construcția MagicHOME Fundeni, în București. Toate sunt proiecte inițiate și implementate cu susținerea Kaufland.

MELANIA MEDELEANU
Președinte



ASOCIAȚIA REALITY CHECK

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Viziunea asociației Reality Check: o țară în care programele și politicile publice de combatere a sărăciei și creșterea a accesului la educație sunt bazate pe înțelegerea profundă a problemelor de la firul ierbii, sunt dezvoltate în mod integrat, în interesul celor mai săraci copii, și sunt aplicate în așa fel încât să aibă un impact pozitiv cât mai mare în viețile acestora.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

850.000 lei

din care:

54,7%

susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

6 / Fiecare Copil în Școală și în Grădiniță
/ Umanitară de Paște
/ Prima dată la mare
/ Crosul pentru Educație
/ Umanitară de Crăciun
/ Cadouri de Crăciun

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse (tichete de masă)
Participarea voluntară a angajaților Kaufland
la desfășurarea proiectelor

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul

Fiecare copil în Școală și în Grădiniță

Ponorâta, județul Maramureș, este una dintre cele mai sărace comunități din România. Peste 600 de persoane trăiesc izolate (cel mai apropiat sat este la 3 km, iar medicul și primăria se află la 8 km), în condiții impropii (case din paie acoperite cu celofan), iar educația nu reprezintă cel mai important element în viața lor, ci supraviețuirea. Adulții, majoritatea, sunt analfabeți sau analfabeți funcțional și își câștigă existența din colectare fier vechi, munci sezoniere, alocațiile copiilor, ajutoare sociale și din ce în ce mai mulți sunt angajați de o companie care își desfășoară activitatea în zonă.

Două treimi dintre cei peste 600 de locuitori sunt copii, iar de când asociația a început intervențiile în comunitate, din ce în ce mai mulți știu să scrie și să citească, iar participarea și rezultatele la evaluarea națională sunt în creștere.

Lipsa accesului la educație de calitate pentru copiii defavorizați, condițiile impropii de locuit, accesul dificil al familiilor la servicii de sănătate, lipsa locurilor de muncă și a capacității adulților de a obține și păstra un loc de muncă sunt toate probleme extrem



de dificile, care nu pot fi rezolvate fără o abordare integrată, pe termen lung, atât în ceea ce privește sprijinul direct al acestor copii și familii, prin proiecte punctuale, cât și prin dezvoltarea de politici publice anti-sărăcie care să ajute persoanele defavorizate la nivel de sistem.

Tocmai de aceea, Kaufland România a continuat să susțină proiectul Fiecare Copil În Grădiniță, asigurând o masă caldă zilnică celor 228 de copii din Ponorâta care sunt înscriși la grădiniță și în ciclul primar, contribuind astfel la continuitatea proiectului și oferindu-le copiilor o șansă la o viață mai bună decât a părinților lor.

Umanitara de Paște

Umanitara de Paște, cea mai amplă campanie umanitară organizată în ultimii ani în județul Buzău, a avut loc în perioada 24-25 martie 2018. Convoiul umanitar, format din 32 de mașini 4x4 și peste 70 de participanți, a ajuns în 20 de sate de pe Valea Buzăului, la circa 500 de persoane aflate în mare nevoie.

Peste 10 tone de alimente au fost împărțite copiilor și bătrânilor din zonele Nehoiu, Gura Teghii, Brăești, Merei și Viperești. Sate izolate, unde mulți bătrâni trăiesc uitați de lume, copii nevoiași, oameni împovărați de boli și greutățile vieții, cu toții au primit pachete cu alimente în cadrul Campaniei Umanitare de Paște, eveniment organizat de clubul de off-road GTC MotorSport în parteneriat cu Asociația Reality Check. Participanții au trecut pragul grădiniței din Viperești, unde au fost împărțite pachete copiilor care fac parte din proiectul „Fiecare copil în grădiniță”, program implementat de Asociația OvidiuRo.





Prima dată la mare

35 de copii, din șapte comunități foarte sărace din țară, au văzut marea pentru prima dată datorită Asociației Reality Check, cu sprijinul Kaufland România, în cadrul programului „Bucurie în Mișcare”.

Copiii au venit la Mamaia Nord din Ponorâta (Maramureș), Clinceni (Ilfov), Castelu (Constanța), Poarta (Brașov), Potlogi (Dâmbovița), Colonia Bistrița (Bacău) și Delta Văcărești (București). Unii dintre ei au mers o noapte întreagă cu trenul, alții au venit doar de la câțiva kilometri depărtare. Pentru toți a fost însă o premieră și o bucurie uriașă.

Timp de patru zile, copiii s-au bălăcit, au cules scoici, dar au și învățat să lucreze în grup, să scrie impresii de vacanță și să se ajute între ei. S-au cățărat, au jucat fotbal, au sărit pe trambulină, au tras cu arcul și au jucat tenis.

Unul dintre obiectivele acestei mini-vacanțe a fost ieșirea din comunitate pentru a socializa, pentru a vedea că există și altă lume în afara celei pe care acești copii o cunosc.

Sărăcia severă în care trăiesc este greu de imaginat. Condițiile improprietăți în care locuiesc, nutriția precară, lipsa accesului la servicii medicale decente îi afectează pe copii din primele zile de viață. Dar potențialul lor este extraordinar, iar prin intervenții integrate, pe termen lung, pot fi ajutați să și-l atingă și, astfel, să aibă șansa de a rupe cercul vicios al sărăciei în care familiile lor trăiesc de generații întregi.



Crosul pentru Educație

Duminică, 23 septembrie 2018, **peste 320 de copii** au participat la „Crosul pentru Educație” de la Castelu, deschis tuturor copiilor din comună. Alergătorii mici și mari s-au trezit dis de dimineață, și-au preluat echipamentul și s-au prezentat emoționați la linia de start. Au fost cinci categorii de vârstă, între 3 și 18 ani, cu cinci trasee diferite. Toți copiii au terminat cursa și au primit medalii, iar cei mai rapizi 30 dintre ei au câștigat și premii. În mod simbolic, startul și linia de sosire au fost la școală.



Castelu e o comună mare și diversă, cu zone extrem de sărace și zone unde oamenii trăiesc mai bine, cu copii de mai multe etnii, care vorbesc limbi diferite și au culturi diferite. „Crosul pentru Educație” i-a adus pe toți împreună și, cel puțin pentru câteva ore, diferențele s-au estompat și toți copiii s-au aplaudat între ei cu zgomot, vervă și chiote de bucurie.

Umanitara de Crăciun

Continuare a Campaniei Umanitare de Paște, evenimentul s-a desfășurat în perioada 15-16 decembrie 2018. Un impresionant convoi off-road format din 70 de mașini 4x4 a purtat nu mai puțin de 160 de persoane inimoase - voluntari Kaufland România și ai clubului GTC Motorsport - în 18 sate izolate din zona Nehoiu - Bozioru - Ploștina. Ajutoarele oficiale ale lui Moș Crăciun au ajuns la **200 de bătrâni și 250 de copii** din familii defavorizate și școlari ai unităților de învățământ din Lunca Priporului și Brătilești.

Peste 15 tone de alimente, produse de igienă personală, electronice și electrocasnice, materiale de construcții, jucării, haine și încălțăminte au adus bucurie de Crăciun celor 450 de suflete.

Inițiativa continuă tradiția acțiunilor umanitare organizate de GTC Motorsport, în parteneriat cu Asociația Reality Check, ajungându-se la al 12-lea eveniment de acest gen și la al patrulea în parteneriat cu Kaufland România. Scopul acesteia este ajutarea bătrânilor și copiilor aflați în dificultate, identificați și sprijiniți prin serviciile de asistență socială din județ sau asociațiile de profil din zonă și a școlarilor și preșcolarilor din unitățile de învățământ alese.

Dincolo de sprijinul material acordat, acțiunea este un reper pozitiv constant în viața acestor comunități, o confirmare a vizibilității lor din punct de vedere economic și social, promovând un model de comportament plin de umanitate.



Pentru copiii din comunități sărace, singura șansă de a avea un viitor mai bun decât al părinților lor și de a deveni membri activi ai societății este o abordare integrată, pe termen lung. Creșterea accesului la educație al acestor copii este cea mai rentabilă investiție pentru viitorul României. Acest lucru nu e însă posibil fără ajutor în alte segmente ale vieții – asistență medicală, reparații ale locuințelor care stau să cadă, socializarea prin mișcare și joc, într-un mediu incluziv, ieșirile din comunitate și explorarea lumii prin excursii și tabere, oferirea de ajutoare punctuale pentru depășirea situațiilor de criză și recâștigarea demnității. Prin proiectele Reality Check, ne implicăm în comunități sărace prin toate aceste modalități și, în același timp, contribuim la monitorizarea, dezvoltarea și îmbunătățirea politicilor publice de combatere a sărăciei. Suntem extrem de recunoscători să avem alături de noi parteneri implicați precum Kaufland România – o companie care înțelege complexitatea intervențiilor în cele mai sărace comunități și oferă o mână de ajutor de fiecare dată când este nevoie.

ALINA SEGHEDI

Președinte Asociația Reality Check



HOPE AND HOMES FOR CHILDREN

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Până în 2022, asociația are ca obiectiv organizațional eradicarea instituționalizării ca formă de protecție a copilului. Atașamentul, atenția individuală, iubirea și stimularea intelectuală sunt esențiale pentru fiecare copil.

Asociația a investit circa 30 de milioane de euro în reforma sistemului, reintegrând copiii în familia naturală sau extinsă, plasându-i în grija asistenților maternali profesioniști sau prin mutarea lor în case de tip familial.

Hope and Homes for Children (HHC) îngrijește copiii și tinerii abandonți și pe cei în prag de abandon familial. Din 1998, HHC desfășoară programe de dezinstituționalizare în România pe palierele principale identificate pentru reforma sistemului de protecție a copilului.

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

2 / Construcția a 3 Case de Tip Familial și a unui centru de tranzit
/ Prevenirea separării copilului de familie

Construcția a 3 Case de Tip Familial și a unui centru de tranzit

Asociația are în plan construcția a 3 case de tip familial și a unui centru de tranzit în județele Neamț și Botoșani, în perioada 2017-2019, cu sprijinul Kaufland România.

Traumele și consecințele devastatoare ale instituționalizării copiilor sunt printre cele mai dure forme de abuz și de violență. Copiii care cresc în instituții manifestă întârzieri în dezvoltarea fizică, emoțională, socială și cognitivă. Tinerii care părăsesc instituțiile au probleme în a deveni independenți și sunt expuși la abuz, exploatare, trafic sau comportament antisocial.

Asociația caută pentru copiii din orfelinate cele mai potrivite soluții: reintegrarea în familiile lor, atunci când acestea oferă condiții potrivite, plasarea în grija unor asistenți maternali sau adopția.

Copiii care au nevoie de îngrijire specializată, și pentru care reintegrarea în familie și asistența maternală nu sunt posibile, sunt plasați în case de tip familial, în care trăiesc cel mult 10-12 copii. Aici, copiii se bucură de un mediu apropiat de cel familial – primesc găzduire, îngrijire, educație, sprijin emoțional și consiliere pentru dezvoltarea deprinderilor necesare unui trai independent.

În 2018 **100 de copii** au beneficiat de aceste programe.

Prevenirea separării copilului de familie

39% din copii României trăiesc în condiții de sărăcie; nu au haine și încălțăminte, nu frecventează grădinița sau școala și, în unele zile, nu au ce mânca. De aceea, de multe ori, părinții aleg să își lase copiii în grija statului, în orfelinate, unde vor primi mâncare. Dar vor fi privați de afecțiune.

Asociația crede că, în interesul copilului, familia este prioritară. De aceea, sprijină menținerea copiilor alături de părinții lor, printr-o abordare diversificată a asistenței oferite. Fiecare plan de acțiune este personalizat, fiecare decizie este luată

de specialiști ținând cont de criterii și indicatori individuali.

Programul de prevenire a separării copilului de familie este complementar și esențial pentru programul de închidere a instituțiilor de tip vechi deoarece, pe măsură ce copiii sunt scoși din orfelinate, este important ca alți copii să nu le ia locul.

Cu sprijinul Kaufland România, **120 de copii** au beneficiat de acest program.



ORGANIZAȚIA SALVAȚI COPIII

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Viziunea organizației este o lume în care fiecărui copil îi este respectat dreptul la viață, protecție, dezvoltare și participare.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

6,5 mil. lei

din care:

8,6%

susținut de Kaufland România

**Bugetul susținut de Kaufland România a fost folosit pentru dezvoltarea proiectelor din categoriile Social și Sport & Sănătate.*

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

1 / Educație pentru toți copiii

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Educație pentru toți copiii

Proiectul, desfășurat pe tot parcursul anului 2018, a constat în activități menite să contribuie la diminuarea abandonului școlar în București și alte 5 locații (Prejmer, Județul Brașov, Cluj, Iași, Lupeni, Județul Hunedoara, Timișoara) prin implementarea unui pachet de servicii educaționale și sociale care să răspundă cât mai concret nevoilor copiilor din grupuri vulnerabile.

În București și Prejmer au fost organizate două grupe de tip Școală după Școală, iar pe perioada verii, în toate cele 6 orașe au fost organizate 6 grupe de Grădiniță estivală pentru câte 20 de copii de vârstă preșcolară care nu au frecventat grădiniță.

NUMAR DE BENEFICIARI DIRECTI:

- + 220 de copii aflați în risc de abandon școlar – 100 de copii sprijiniți prin programul Școală după Școală și 120 de copii în programul de Grădiniță estivală.

NUMAR DE BENEFICIARI INDIRECTI:

- + 1200 de copii, elevi ai școlilor în care s-a derulat proiectul.



REZULTATE ATINSE:

- ✓ 2 grupe de tip Școală după Școală au fost organizate în București și Prejmer;
- ✓ 6 grupe de pregătire preșcolară pentru copii care nu au frecventat grădinița au fost organizate în București, Prejmer, Județul Brașov, Cluj, Iași, Lupeni, Județul Hunedoara, Timișoara;
- ✓ 100 de copii au frecventat programul Școală după Școală și au înregistrat progrese școlare;
- ✓ 120 dintre copii de vârstă preșcolară au frecventat programul Grădiniță Estivală și au fost înscriși apoi în sistemul public de învățământ (la școală sau la grădiniță, în funcție de vârstă)
- ✓ cel puțin 60 de părinți au beneficiat de servicii de informare și consiliere, precum și sprijin material
- ✓ 220 de copii au primit sprijin material

Parteneriatul cu Kaufland este un exemplu pe care îl menționăm în relația cu alte companii și cu autoritățile: Echipa Kaufland a înțeles că nu se pot obține rezultate imediate, mai ales când este vorba de educația și sănătatea copiilor și că parteneriatul de lungă durată reușește să genereze impactul dorit. Mult respect și pentru modul în care Kaufland își respectă partenerii din organizațiile neguvernamentale.

GABRIELA ALEXANDRESCU

Președinte Executiv



FUNDAȚIA CENTRUL PARTENERIAT PENTRU EGALITATE

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Fundația, înființată în anul 2002, promovează egalitatea de șanse pentru femei și bărbați în România.

Fundația crede în libertatea persoanelor de a alege pentru sine, dincolo de etichete și de prejudecăți și se alătură fetelor și femeilor în construirea unei societăți care le respectă drepturile, le oferă oportunități de dezvoltare, le recunoaște capacitățile și contribuțiile, le susține în domenii precum muncă, educație, cultură, sănătate.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

1,1 mil. lei

din care:

16%

susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

1 / Pâinea este dar

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profunditatea impactului*
1. Îmbunătățirea calității vieții
 2. S-a produs o îmbunătățire



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ? *impactul asupra ONG-ului*

Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR? *impactul asupra mediului*

Nu este cazul



Pâinea este dar

Brutăria socială MamaPan, este o structură de economie socială creată pentru a oferi locuri de muncă femeilor aflate în situații dificile de viață: mame care își cresc singure copiii, mame cu peste 3 copii minori în întreținere, femei aflate în situații dificile de viață.

Funcționarea Brutăriei Sociale MamaPan a fost susținută parțial prin Programul "Pâinea este dar", sponsorizat de Kaufland România începând cu luna septembrie a anului 2016.

În anul 2018, peste **700 de copii** aflați în situații de dificultate, care își petrec timpul în 10 centre de zi din București și Ilfov, au beneficiat de programul "Pâinea este dar". Astfel, cele 10 organizații beneficiare ale programului de donație au primit în total 12.000 de pâini și 18.000 de pachete de produse de patiserie (plăcinte de mere, cornulețe, cozonaci, biscuiți sărați, etc). Aceste produse au ajuns constant la peste 700 de persoane. În acest fel, asociația a susținut financiar indirect 300 de familii aflate în dificultate,

prin degrevarea de responsabilitatea asigurării unei părți din alimentația zilnică a copiilor și a contribuit indirect la programe de sprijin adresate copiilor prin redirectionarea sumelor aferente hranei, economisite de organizații, către alte activități.

În plus, sponsorizarea a contribuit la menținerea celor **8 locuri de muncă** pentru femei aflate în situații dificile de viață, angajate ale Brutăriei Sociale MamaPan.



ASOCIAȚIA SOMARO

● *partener comunitar de tradiție*

viziune & misiune

Viziunea Magazinului Social Somaro este crearea unor posibilități și spații pe teritoriul României unde puterea și dorința celor care pot să "dea" ajunge exact la persoanele în pragul sărăciei, persoane cărora sindromul sau boala cu care se nasc le-au răpit cursul normal al unei vieți prin care să se poată autosusține.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

352.000 lei

din care:

13,07%

susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

1 / Magazinul Social Somaro - Sibiu

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în produse
(tichete de masă)



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
 2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*
1. Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Acțiuni directe de protecție a mediului
Educație pentru mediu



Sprijinul pe termen lung (3 ani) primit de la Kaufland România a însemnat nu doar supraviețuirea brutăriei noastre sociale aflate la început de drum și menținerea locurilor de muncă pentru angajatele noastre, femei aflate în situații dificile de viață, ci și ocazia de a ajuta alte organizații în activitatea lor cu copii în situații de risc și a crește impactul social al programelor organizației. În mod particular, în anul 2018, când resursele accesibile ONG-urilor au fost foarte limitate, suportul oferit de Kaufland România a fost esențial pentru a ne păstra într-o zonă de sustenabilitate organizațională.

IRINA SORESCU
Președinte CPE



Magazinul Social Somaro - Sibiu

Somaro colectează produse cum sunt alimentele și produsele esențiale de uz casnic, precum și îmbrăcăminte, încălțăminte de la diferite companii și le comercializează la prețuri simbolice, cu reduceri semnificative, către clienții cu venituri mici. Întreaga gamă oferită în magazinele Somaro include produse 100 % adecvate consumului, dar care nu pot fi comercializate în alte magazine din cauza ambalajului deteriorat sau murdar, deoarece le expiră în curând termenul de valabilitate sau din alte motive. Un efect secundar al acestui model de magazin este și reducerea risipei de hrană.

Prin sprijinul Kaufland România, Magazinul Somaro din Sibiu a reușit să ajute **172 de familii** aflate în pragul sărăciei, oferindu-le în primul rând mâncarea necesară zilnic.



Pentru noi, relația cu Kaufland România este esențială pentru supraviețuirea Magazinului Social Somaro Sibiu. Produsele oferite de Kaufland stau la baza necesarului săptămânal, lunar al hranei celor 172 familii beneficiare, asigurând o diversificare sănătoasă. Toți beneficiarii respectă profund și apreciază enorm ajutorul Kaufland România. Despre angajații Kaufland Sibiu cu care intrăm în contact avem numai cuvinte de laudă și le mulțumim pentru ajutorul și răbdarea acordată în 2018!

SIMON SUITNER
Director General



ASOCIAȚIA SOS SATELE COPIILOR ROMÂNIA

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Viziunea asociației este ca fiecare copil să aibă o familie care îl iubește, îl respectă și îi oferă siguranță; niciun copil nu ar trebui să crească singur, fără dragostea și protecția unei familii.

Misiunea asociației este să ofere o familie iubitoare copiilor aflați în dificultate, să îi ajute să devină oameni responsabili și să contribuie la dezvoltarea comunităților în care trăiesc.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

17 mil. lei

din care:

3%

susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

2

/ Creștem Oameni Mari

/ Inaugurarea terenului de sport Kaufland
Arena din satul SOS București

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Creștem Oameni Mari

An de an, Asociația SOS Satele Copiilor România oferă îngrijire de tip familial pentru aproximativ 200 de copii și tineri care au rămas fără sprijinul biologic al familiei. Astfel, pentru ei, cele trei sate SOS (București, Cislădie și Hemeius) devin prima comunitate în care cresc într-un mediu stabil, trec peste traumele la care au fost expuși de-a lungul vremii, își fac prieteni sau merg în prima lor vacanță, iar printr-un efort colectiv devin adulții pe care ne bazăm cu toții în societate.

Proiectul "Creștem Oameni Mari" a acoperit integral cheltuielile care țin de creșterea, îngrijirea și educarea a 36 de copii aflați în 6 case de tip familial în București, Cislădie și Hemeius. Astfel cei **36 de copii** au sprijinul necondiționat al unei mame sociale și al unei asistente familiale, au acces la servicii medicale de calitate, la o educație corespunzătoare, iar grijile legate de hrană, îmbrăcăminte sau încălțăminte pot fi uitate.



O altă componentă importantă a proiectului este asigurarea unei vacanțe pentru fiecare dintre cele 6 case, pe care Kaufland România le sprijină începând cu anul 2015. Cei 36 de copii, împreună cu mamele sociale, au avut șansa să petreacă câteva zile de vacanță, ca o rasplată pentru eforturile depuse în timpul anului școlar.

Prin asigurarea unui mediu stabil și sigur, copiii din cele 6 case familiale au o șansă în plus de a depăși traumele abandonului și de a avea un parcurs școlar de succes. Prin activități de terapie, educație formală și non-formală, cei 36 de copii au un viitor sigur în care ei să poată fi integrați fără probleme în societate, până la momentul încetării măsurii de plasament.

Pe parcursul anului școlar 2017-2018 toți beneficiarii direcți înscriși în proiect au reușit să își îmbunătățească performanțele școlare cu cel puțin 50 de sutimi raportat la rezultatele școlare din 2016-2017.

30 dintre copiii înscriși în proiect au reușit să depășească o parte din traumele cauzate de abandon și abuzuri, reușind să își depășească fricile și să aibă mai multă încredere în sine.

Toți beneficiarii direcți și indirecti ai proiectului au participat cel puțin la o activitate extrașcolară prin care și-au îmbunătățit abilitățile de interacționare și socializare.

De 25 de ani, oferim o copilărie fericită, o îngrijire potrivită și o educație bună copiilor lipsiți de ocrotirea părintească. Suntem o mare familie, așadar ne asumăm un angajament pe termen lung. Zi de zi, protejăm, creștem, educăm, formăm, iubim și integrăm în societate generații de copii care au nevoie de ajutor pentru a crește și a se dezvolta într-un mediu sigur și armonios. În plus, prin intermediul serviciilor noastre specializate de consiliere, sprijinim familiile din comunități dezavantajate să le asigure copiilor lor o dezvoltare corectă.

Kaufland România, prin sprijinul pe termen lung, constant, reușește să aducă zămbete acolo unde de multe ori nu mai există vreo speranță. De-a lungul anilor, Kaufland România a pus umărul la o educație solidă și condiții mai bune de viață pentru beneficiarii SOS Satele Copiilor România.



DIANA PODARU
Director General

FUNDAȚIA PACT - PARTENERIAT

PENTRU ACȚIUNE COMUNITARĂ ȘI TRANSFORMARE

○ partener comunitar nou

viziune & misiune

Viziunea Fundației PACT: Fiecare comunitate din România are curajul, încrederea și capacitatea de a-și asuma un rol activ în propriul său viitor. În acest sens, misiunea fundației este de a sprijini comunitățile să construiască o viață mai bună pentru membrii lor, prin facilitarea, finanțarea și promovarea inițiativelor de dezvoltare comunitară întreprinse de organizațiile comunitare (grupuri de inițiativă locale, ONG-uri locale) din sudul României.

Necesar de finanțare al asociației în 2018: **1,5 mil. lei**

din care: **1,5%**
susținut de Kaufland România

Număr de proiecte susținute de Kaufland România în 2018:

1 / Dezvoltarea antreprenoriatului social ca alternativă pentru bunăstarea comunităților locale

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profunditatea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Dezvoltarea antreprenoriatului social ca alternativă pentru bunăstarea comunităților locale

Proiectul și-a propus să promoveze incluziunea economică și să capaciteze cele mai vulnerabile comunități române din județele Olt, Dolj și Gorj prin susținerea activităților economice și antreprenoriale individuale și colective.

Proiectul a avut rolul de a contribui la reducerea disparităților economice prin dezvoltarea și consolidarea afacerilor locale, răspunzând nevoilor antreprenorilor prin asigurarea accesului la finanțare, consolidarea capacităților și îndrumarea în afaceri.

Prin activitățile proiectului, antreprenorii din comunitățile vizate au fost sprijiniți

Obiective:

- Cel puțin 40 de persoane din rândul romilor și al altor grupuri vulnerabile își dezvoltă abilitățile de afaceri și antreprenoriat. Pentru realizarea acestui obiectiv, a fost organizat un eveniment în cadrul căruia 40 de persoane aparținând grupurilor vulnerabile au primit informații despre programul de antreprenoriat social dezvoltat de Fundația PACT. De asemenea, în cadrul evenimentului, participanții au aflat cum se dezvoltă o afacere, provocări specifice antreprenoriatului și cum să le depășească, exemple din alte comunități, au făcut schimb de experiență cu alți antreprenori, au dezbătut lecții învățate.
- 4 afaceri locale dezvoltate de membrii comunităților dezavantajate sunt susținute și dezvoltate în 3 județe. Pentru realizarea acestui obiectiv, fundația a susținut 4 întreprinderi sociale din zone rurale și urbane mici prin consolidarea capacităților antreprenoriale și suport în implementarea planului de afaceri. În cadrul acestei activități, s-a furnizat o instruire individuală pentru a acoperi toate aspectele unui business local, respectiv: pătrunderea pe piață, consultanță fiscală, managementul riscului și marketing. Suportul a fost acordat prin telefon, e-mail, skype și "față în față".



pentru a-și dezvolta înțelegerea contextului de afaceri, pentru a-și planifica și dezvolta afacerile. Sprijinul acordat de partenerii proiectului a inclus instruirea și consultanța, precum și o schemă de sprijin financiar. Proiectul a sprijinit activitățile generatoare de venituri individuale / familiale și întreprinderile mici la nivel local, care au demonstrat potențialul de a oferi oportunități de angajare membrilor comunității.

Proiectul s-a adresat membrilor din comunitățile rurale din județele Olt (Caracal), Gorj (Câlnic) și Dolj (Ocolna).

Beneficiari:

- + **40 de persoane** au înțelegere sporită a activităților generatoare de venituri și a antreprenoriatului (participanții la sesiunile de instruire și mentorat)
- + **12 antreprenori** au beneficiat de suport direct în dezvoltarea și implementarea planului de afaceri
- + **3 comunități** rurale și urbane mici beneficiază de un mediu economic îmbunătățit care aduce după sine îmbunătățiri în situația de ansamblu a comunității, educație și sănătate.

Sponsorizarea primită de la Kaufland România în anul 2018 a contribuit la creșterea și consolidarea celor trei întreprinderi sociale înființate cu sprijinul nostru. Kaufland România a ales să ne susțină financiar în demersul nostru, complex și dificil în contextul actual, de a fi alături de oamenii cu inițiativă din satele sărace din sudul României, în provocarea de a-și făuri un viitor așa cum îl visează. Multumim!



GABRIELA-DOINA STANCIU
Director Executiv

FUNDAȚIA DE SPRIJIN COMUNITAR

● *partener comunitar de tradiție*

viziune & misiune

Obiectivele fundației sunt sprijinirea grupurilor dezavantajate ale comunității, prin programe medicale, sociale și educaționale; sprijinirea dezvoltării comunităților locale; încurajarea parteneriatului dintre sectorul neguvernamental, administrația publică, la nivel local și regional și sectorul privat.

Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:

1 / Adoptă un liceean

Adoptă un liceean



În 2018, programul de burse sociale oferit de Fundația de Sprijin Comunitar a intrat în al 11-lea an de existență. Pe lângă sprijin financiar, liceenii beneficiază de consiliere și asistență complexă în vederea bunei integrări sociale și îmbunătățirea performanțelor școlare, implicare în programul de voluntariat, mentorat și sprijin individual, participarea la activități și programe educative și de dezvoltare personal, realizate în cadrul organizației sau de către parteneri.

Specialiștii Fundației de Sprijin Comunitar comunică constant cu părinții și cadrele didactice pentru a sprijini integrarea bursierilor și progresul școlar. De asemenea, ei asigură și relaționarea cu autoritățile locale, instituții și agenți economici pentru facilitarea accesului la servicii sau pe piața muncii pentru tinerii asistați.

Beneficiarii proiectului sunt tineri liceeni care provin din familii cu dificultăți socio-economice (lipsa locurilor de muncă, familii monoparentale, familii cu mulți copii, etc) și care se află în riscul de a abandona cursurile liceale, în special din cauza lipsurilor materiale, dar și din cauza lipsei sprijinului psiho-social al familiei.

În 2018, Kaufland România a sprijinit **30 de tineri** să își continue educația, pentru al 10-lea an consecutiv.

ASOCIAȚIA SPERANȚĂ PENTRU COPII

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Speranță pentru Copii are în centrul atenției sale copilul și are ca scop sensibilizarea, influențarea și formarea opiniei publice în legătură cu problemele copiilor. Asociația promovează implicarea activă în promovarea drepturilor copiilor și a voluntariatului.

Necesar de finanțare al asociației în 2018: **200.000 lei**

din care: **50%**
susținut de Kaufland România

Număr de proiecte susținute de Kaufland România în 2018: **1 / Să învățăm**

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută
Capacitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

- Schimbarea atitudinii/comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
- S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Să învățăm

Pentru al doilea an, Kaufland România a susținut proiectul "Să învățăm" care presupune ca **50 copii defavorizați** să învețe, timp de un an, meserii culturale specifice teatrului și operei, pe cale de dispariție, în colaborare cu profesori, meseriași de la Opera Brașov.

La terminarea cursurilor, copiii participanți obțin o diplomă ce atestă calificarea în domeniile: butaforie, decorațiuni de scenă, croitorie bărbați și femei, pictură, artă florală și machiaj de scenă. Astfel, copiii defavorizați își pot găsi un loc de muncă la 18 ani, în cele peste 60 de instituții de cultură din România (teatre și opere).



Kaufland România sprijină și se implică activ în îmbunătățirea vieții copiilor defavorizați din județul Brașov și din România. Participarea copiilor la cursurile de meserii culturale le oferă acestora posibilitatea de a se califica într-o meserie și de a se putea angaja și a avea astfel siguranța zilei de mâine. Proiectul "Să învățăm" le schimbă copiilor viața în bine. Mulțumim Kaufland România pentru sprijinul acordat.

ANDRA TUDOR
Președinte

ASOCIAȚIA „SFÂNTUL NICOLAE ȘI SFÂNTUL EFREM CEL NOU”

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Pe termen mediu, asociația își propune să dezvolte în continuare programe de ajutorare pentru cei aflați în situații delicate, principiul fiind ajutorul punctual pentru familii aflate în situație criză.

În paralel, asociația își propune dezvoltarea de programe de responsabilizare socială, de educație și îmbunătățire a calității vieții celor internați în spitale, copii și adulți, precum și programe menite să reducă rata abandonului școlar, în comunitățile extrem de sărace, în care există mulți copii sau de ajutorare a copiilor care provin din familii fără posibilități materiale.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:** **265.000 lei**

din care: **18%**
susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:** **1** / De Crăciun, pentru cei aflați în suferință

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profunditatea impactului*

1. Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



De Crăciun, pentru cei aflați în suferință

Proiectul "De Crăciun, pentru cei aflați în suferință", desfășurat în perioada 15-25 decembrie 2018, a presupus donarea a **1500 de pachete** din partea Kaufland România și implicarea a 40 de voluntari.

Pachetele au fost distribuite către:

- + Spitalul Fundeni (**354**);
- + Institutul Oncologic București (**299**);
- + Spitalul Sfântul Luca + Centrul Rezidențial Berceni (**250**);
- + Spitalul de Psihiatrie Bălăceanca (**300**);
- + Parohia Podul Doamnei (**100**);
- + Asociația Șansa Ta (**4**);
- + Parohia Găgești-Vrancea (**150**);
- + Fundația CID Copii în Dificultate (**42**).



Sprijinul oferit de Kaufland România a însemnat enorm pentru asociația noastră pentru că ne-a permis să oferim bucurie acolo unde este mare tristețe și însingurare, în spitale. Ne-a dat șansa să aducem un zâmbet pe chipul pacienților oncologici, pe chipul bolnavilor care au afecțiuni psihice, pe fața bătrânilor abandonați într-un azil sau a pacienților aflați în faze terminale. Ne-a oferit oportunitatea de-a aduce speranța în mijlocul comunităților sărace. Pentru toate acestea și nu numai, vă mulțumim!

NICOLETA MORARU (ȚINTEA)
Președinte



ASOCIAȚIA VIAȚĂ ȘI LUMINĂ

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Viziunea fundației este o societate în care toți copiii și tinerii să trăiască în siguranță. Obiectivele pe termen lung sunt prevenirea degradării / deteriorării condițiilor de viață a persoanelor fără adăpost; reintegrarea copiilor în familii și în societate ca adulți independenți; integrarea tinerilor în societate ca adulți independenți; incluziunea socială a romilor din Bughea de Sus și Bughea de Jos; incluziunea socială a persoanelor defavorizate din regiunea Purcari, Republica Moldova.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:** **7 mil. lei**

din care: **2,3%**
susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:** **1** / Împreună pentru copii

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ? *impactul asupra ONG-ului*

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută
Capacitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profunditatea impactului*
1. Îmbunătățirea calității vieții
 2. A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR? *impactul asupra mediului*

Nu este cazul



Împreună pentru copii

Prima parte a programului "Împreună pentru copii" a presupus dotarea (identificarea și achiziționarea) cu un microbuz, pentru a transporta copiii la școală și pentru a distribui pachete de alimente și alte ajutoare către familii, beneficiari ai serviciilor sociale acordate de către Fundația Viață și Lumină. Proiectul s-a desfășurat în luna septembrie 2018, în București, numărul de beneficiarilor direcți fiind de **230 de persoane**.



Partea a doua a proiectului a presupus reamenajarea bucătăriei care deservește Centrul de plasament și Centrul pentru tineri. Bucătăria deservește ambele centre, atât cel de copii, cât și cel pentru tineri, ceea ce a determinat accelerarea gradului de uzură, mobilierul pentru

bucătăria unităților de asistență socială este specific și se realizează doar la comandă, fiind costisitor. Datorită intervenției Kaufland România, 105 persoane – **40 de copii și 65 de tineri** – beneficiază de condiții excelente de pregătire a hranei.

Parteneriatul dintre Kaufland România și Fundația Viață și Lumină a început în toamna anului 2015. Sponsorizările primite în produse, sume de bani, bonuri valorice au fost determinante, contribuind esențial în desfășurarea activităților Fundației Viață și Lumină. Kaufland România a reprezentat și reprezintă un real sprijin pentru care noi nu avem decât cuvinte de mulțumire, exprimându-ne nădejdea că parteneriatul va continua.

FLORIN IANOVICI
Director General



ASOCIAȚIA ȘANSA TA

● *partener comunitar de tradiție*

viziune & misiune

Viziunea asociației este ca tinerii și copiii din România să fie participanți activi în societate și să aibă o educație completă, atât prin mijloace formale, dar mai ales non-formale, care să le asigure o carieră corespunzătoare potențialului lor și să crească în siguranță.

Misiunea asociației este aceea de a sprijini copii și tinerii care se afla în dificultate, în pregătirea lor pentru o viață independentă.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

200.000 lei

din care:

30%

susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

4 / O șansă caldă
/ Zâmbetul din cutie
/ Tabăra din viața ta
/ Cupa "Șansa Ta"

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ? *impactul asupra ONG-ului*

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută
Capacitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

- 1. CE S-A SCHIMBAT?** *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profunditatea impactului*
1. Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
 2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR? *impactul asupra mediului*

Nu este cazul

O șansă caldă

Campania „O șansă caldă” este deja un proiect cu tradiție la Gara de Nord. O dată pe săptămână, voluntarii Șansa Ta împart celor săraci mâncare caldă, pâine, fructe, conserve și obiecte vestimentare. De cele mai multe ori, la Gara de Nord vin și cadre medicale care oferă ajutor specializat, acordând asistență celor prezenți. În mai multe cazuri, oamenii întâlniți aici și-au pierdut actele sau nu au deținut niciodată documente de identificare, așa că Asociația Șansa Ta îi ajută să obțină o identitate oficială.

În decembrie 2018, **200 de persoane fără adăpost** au beneficiat de o masă caldă în cadrul celui de-al 8-lea an de existență al campaniei.



Zâmbetul din cutie

Asociația Șansa Ta, în parteneriat cu Inspectoratul Școlar al Municipiului București (ISMB), Romaero și Kaufland România, în calitate de sponsor onorific, alături de 60 de școli și grădinițe din București și Ilfov, au organizat și în 2018 campania națională de Crăciun „Zâmbetul din cutie”. În cadrul celei de-a VII-a ediții, **9.000 de copii** din cele mai sărace 17 județe ale țării s-au bucurat de surprize de sărbători.

Până pe data de 10 decembrie 2018, elevii și preșcolarii din capitală și din împrejurimi au adunat, în cadrul instituțiilor de învățământ de care aparțin, daruri selectate și împachetate de ei. Acestea au fost strânse într-un depozit al Romaero și încărcate apoi în camioane, pentru a ajunge la copiii orfani sau cu posibilități materiale reduse din cele mai îndepărtate colțuri ale țării. Asociația Șansa Ta a selectat în tot timpul anului copii și familii nevoiașе din țară, care s-au bucurat de aceste cadouri trimise de elevi.

Punctul culminant al campaniei „Zâmbetul din cutie” a fost concertul caritabil organizat în data de 26 noiembrie 2018, găzduit de Muzeul Național al Țăranului Român. În sală au fost prezenți copiii din mai multe centre de plasament din București și copiii din familii modeste din județele Ilfov, Dâmbovița, Ialomița și din capitală, care s-au bucurat de o seară de neuitat. Pentru restul persoanelor care au vrut să participe la concert, biletul de intrare a fost un dar pentru un copil defavorizat.



Cupa „Șansa Ta”

Asociația Șansa Ta, în colaborare cu Federația Română de Fotbal și Kaufland România, a organizat, în perioada 16-17 iunie 2018, cea de-a cincea ediție a evenimentului sportiv caritabil Cupa „Șansa Ta”, competiție de fotbal pentru copii instituționalizați sau din familii modeste.

Trofeul a fost disputat de **120 de copii**, proveniți din centre de plasament și din familii cu venituri modeste, iar câștigătorii s-au dovedit a fi copii din Periș (Ilfov), la categoria de juniori, pe când la cea de tineret au triumfat cei din localitatea Târtășești.

Competiția, care s-a desfășurat la Clubul Argman din Chitila, a reușit să ofere copiilor o zi unică, în care au primit diplome, medalii, trofee și cadouri din partea sponsorilor.

Copiii participanți au provenit din centrele sociale și de plasament din sectoarele 2, 3, 4 și 6 ale capitalei și din familii nevoiașе din județele Ilfov și Dâmbovița – din Periș, Crevedia, Dârza, Bâldana, Târtășești și din alte centre ale DGASPC Ilfov.



Tabara din viață Ta

Pentru al șaselea an consecutiv, asociația trimite copiii din centre de plasament și din familii defavorizate în tabără. În 2018, tabăra a fost organizată în august, la Brașov și a adus bucurie celor **25 de copii** care au participat.



Relația cu Kaufland România este una de lungă durată și prietenoasă, ne ajută să contribuim la binele beneficiarilor noștri, în domeniile în care ne desfășurăm activitatea. Le mulțumim pe această cale pentru că au încredere în noi și să investim în oameni și să oferim o șansă la o viață mai bună.

GABRIEL CIUBOTARU
Președinte

ORGANIZAȚIA SUEDEZĂ PENTRU AJUTOR UMANITAR INDIVIDUAL

● *partener comunitar de tradiție*

viziune & misiune

Organizația urmărește schimbarea mentalității asupra persoanelor cu dizabilități din România, astfel încât acestea să ducă o viață demnă, fără să le fie frică sau rușine să interacționeze cu oamenii din jurul lor.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

1,7 mil. lei

din care:

1,3%

susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

1 / Tabăra de vară la munte

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Vizibilitate crescută
Atingerea unui număr mai mare de persoane



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a produs o îmbunătățire



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului



Tabăra de vară la munte

Tabăra a fost organizată în perioada 13-17 august 2018, la Cheia, Județul Prahova. Printre activitățile de care s-au bucurat copiii se numără:

- + O excursie la Muntele Roșu, unde tinerii au făcut picnic și au desfășurat activități de petrecere a timpului liber (fotbal, badminton, jocuri cu discul etc.)
- + O excursie la Mănăstirea Cheia, unde tinerii au participat la slujbă și au cumpărat suveniruri cu motive bisericești;
- + O excursie la Mănăstirea Crasna, unde s-a organizat un alt picnic și s-au desfășurat jocuri în aer liber;
- + O vizită la târgul de produse hand made din zonă, unde tinerii au avut ca sarcină să își aleagă o amintire, încadrându-se în suma de bani de care dispunea fiecare la acel moment – activitate realizată cu scop educativ;
- + Un program de dans organizat de asistenții sociali care i-au însoțit, program care s-a realizat în cadrul taberei unde erau cazați;

- + Organizarea zilei de naștere a unuia dintre tineri. Sărbătoritul a avut ocazia să își aleagă singur tortul pe care să îl servească prietenilor din tabără;

- + Petrecere de final;

Obiectivul taberei a fost creșterea nivelului de independență și îmbunătățirea gradului de integrare în comunitate pentru cei **26 de tineri** cu dizabilități intelectuale.

Rezultatele taberei au fost creșterea gradului de socializare și independență a tinerilor cu dizabilități intelectuale, impact pozitiv asupra calității vieții acestora, impact pozitiv asupra echipei care lucrează cu ei (coeziune a echipei, cunoaștere mai aprofundată a tinerilor).



Colaborarea cu Kaufland este una foarte bună, care a implicat dăruire și seriozitate, așa încât organizarea taberei să fie posibilă. Fără susținerea Kaufland România organizarea taberei nu ar fi fost posibilă. Experiența taberei i-a ajutat pe tinerii din centrul rezidențial și din centrul de zi să își dezvolte independența și responsabilitatea socială. Astfel, aceștia și-au dezvoltat abilitățile de viață independentă de la aranjat hainele, spălat singuri, au fost responsabili pentru bunurile personale, iar atunci când au mers în excursii au avut grijă unii de alții. De multe ori părinții sunt supraprotectivi cu tinerii noștri din centrul de zi, ceea ce le limitează dezvoltarea și le creează dependență. Acțiunile de tip tabără, ieșiri în comunitate, excursii etc., pe care organizația le face, susținute de terapiile specifice, au ca scop creșterea încrederii în sine a tinerilor cu dizabilități și schimbarea percepției părinților asupra potențialului propriilor copii.



GABRIELA DUSA
Director

ASOCIAȚIA INTERNAȚIONALĂ A FEMEILOR DIN BUCUREȘTI

INTERNATIONAL WOMENS ASSOCIATION OF BUCHAREST

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Misiunea asociației este îmbunătățirea vieții românilor dezavantajați prin granturi pentru proiecte pe termen scurt (4 luni) pentru ONG-uri din Bucureștiului și împrejurimi.

Necesar de finanțare al asociației în 2018: **250.000 lei**

din care: **8%**
susținut de Kaufland România

Număr de proiecte susținute de Kaufland România în 2018: **1** / IWA Charity Christmas Bazaar

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? tipul impactului
2. CUM S-A SCHIMBAT? profunzimea impactului

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a produs o îmbunătățire



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



IWA Charity Christmas Bazaar

Pe 9 decembrie 2018, IWA – Asociația Internațională a Femeilor din România a celebrat 40 de ani de existență printr-o ediție jubiliară a tradiționalului „IWA Christmas Bazaar”, eveniment filantropic cu participare diplomatică organizat anual de IWA.

La reușita acestei manifestări de diplomație culturală au contribuit peste 55 de misiuni diplomatice, reprezentanți ai comunității internaționale din România, reunind un număr impresionant de peste 600 de voluntari ce fac parte din peste 60 de naționalități. Ca în fiecare an, reprezentanții comunității internaționale și-au etalat produsele și obiectele tradiționale într-o sărbătoare multiculturală de culori, sunete, arome și gusturi, animată de cântece și dansuri specifice fiecărei țări, toate acestea cu scopul de a veni în sprijinul celor mai vulnerabili membri ai societății.



Vizitatorii care au trecut pragul Bazarului de Crăciun au putut cumpăra cadouri unice, de la obiecte meșteșugărești până la delicatose tradiționale din multe țări, și au putut, totodată, să îi ajute pe cei defavorizați să aibă un trai decent. La tombola din 2018 au fost listate cadouri speciale precum ultimele tipuri de telefoane Android sau pachete de vacanță în Poiana Brașov.

Fondurile strânse din vânzarea produselor donate de cele peste 55 de țări participante, precum și din sponsorizările directe, au fost directionate prin grant-uri în beneficiul fundațiilor și asociațiilor pe care IWA le sprijină, în urma unei selecții atente făcute de către consiliul director al organizației. Printre aceste proiecte se numără donarea de saci de dormit și haine de iarnă persoanelor fără adăpost, furnizarea de echipamente pentru o organizație care să trateze în mod corespunzător pacienții care necesită îngrijire stomatologică urgentă.

Peste **1000 de persoane** defavorizate au beneficiat de proiectele asociației.

Suntem atât de recunoscători pentru sprijinul acordat de Kaufland România în organizarea Bazarului de Crăciun, care face ca eforturile noastre să atingă mai mulți beneficiari și să sprijine scopul nostru de a îmbunătăți viața românilor dezavantajați.

GLADYS ABANKWA-MEIER-KLODT
Președinte



ASOCIAȚIA TOUCHED ROMÂNIA

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Misiunea Asociației Touched România este de a îmbunătăți viața copiilor aflați în dificultate, oferindu-le sprijin emoțional, material și educațional. Obiectivele asociației sunt eliminarea violenței domestice, educația femeilor, recrutarea voluntarilor pentru secțiile de copii bolnavi de cancer și copii din sistemul de plasament, susținerea familiilor monoparentale.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:** **1,8 mil. lei**

din care: **4%**
susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:** **1** / Clubul Adolescenților

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Clubul Adolescenților

Clubul Adolescenților este o școală nonformală pentru 20 de adolescenți vulnerabili care provin din familii monoparentale sau familii cu mulți copii și nu au resurse. Asociația îi susține în mod constant prin meditații și cursuri de fotografie, metoring, consiliere, leadership, public speaking, business, jurnalism, film, teatru, relaxare, buget, valori, etc.



ASOCIAȚIA PENTRU HANDICAPAȚI PSIHICI CARAȘ-SEVERIN

○ partener comunitar nou

viziune & misiune

Misiunea asociației este sprijinirea persoanelor cu dizabilitati psihice pentru reintegrarea lor în societate.

Necesar de finanțare al asociației în 2018: **17.000 lei**

din care: **19%**
susținut de Kaufland România

Număr de proiecte susținute de Kaufland România în 2018: **1** / Ajutorul lui Moș Crăciun

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii / comportamentului
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Ajutorul lui Moș Crăciun

Asociația pentru Handicapați Psihici Caras-Severin, cu sprijinul Kaufland România, a împărțit cadouri de Crăciun pentru **200 de persoane cu dizabilități** psihice și neurologice și membrii familiilor acestora, din Județul Caraș Severin.



De la începutul colaborării noastre cu Kaufland România ne-am dat seama că este o companie care nu se gândește numai la profitul ei, ci și la societatea pe care o deservește, prin multiple acțiuni caritabile, fiind un ajutor pe care ne putem baza oricând.

NICOLAE NICOLICEA
Președinte

ASOCIAȚIA ÎMPREUNĂ PENTRU VOI

○ *partener comunitar nou*

viziune & misiune

Misiunea asociației este de a:

- a) pune în valoare talentul copiilor prin realizarea unor spectacole și activități educative;
- b) sprijini familiile cu situație materială deficitară prin organizarea de campanii umanitare;
- c) preveni abandonul școlar prin sprijinirea copiilor din mediile sociale cu rechizite școlare, haine, încălțăminte, etc.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

26.000 lei

din care:

31%

susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

1 / Vreau să fiu educat!

Vreau să fiu educat!

Prin proiectul Vreau să fiu educat!
asociația a susținut **45 de copii** cu
situație materială deficitară din Turda
prin programe de meditații, activități de
recreere și socializare, reintegrarea copiilor
în cadrul școlii, rechizite școlare.



Sprijinul oferit de Kaufland România în anii de colaborare
(2016-2018) a contribuit în mare măsură la bugetul ONG-
ului nostru. În urma sponsorizării oferite au beneficiat
direct 190 de copii cu situație materială deficitară.

DANA LIANA PASCA
Președinte

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

- 1. **CE S-A SCHIMBAT?** *tipul impactului*
- 2. **CUM S-A SCHIMBAT?** *profunditatea impactului*

- 1. Schimbarea atitudinii / comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
- 2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



FUNDAȚIA FILANTROPICĂ METROPOLIS

○ partener comunitar nou

viziune & misiune

Fundația Filantropică Metropolis are ca obiectiv de activitate protecția copiilor separați, temporar sau definitiv, de ocrotirea părinților lor și integrarea lor în societate și comunitate, de a sprijini copii aflați în dificultate, de a preveni abandonul familial și școlar, de a încuraja și susține dreptul copiilor la educație și de a aprecia performanțele acestora.

Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:

1 / Dreptul copiilor defavorizați la o viață normală

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii / comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Dreptul copiilor defavorizați la o viață normală

Fundația Filantropică Metropolis își desfășoară activitatea prin Centrul de Ocrotire a Copiilor "Acasă". Centru a fost creat pentru a oferi o șansă copiilor abandonați, copiilor străzii aflați în centrele de plasament), cu vârste cuprinse între 5-18 ani și care pot beneficia de o dezvoltare fizică, intelectuală, emoțională și spirituală optimă. Capacitatea maximă a centrului este de 28 de locuri.

Centrul oferă servicii precum dezvoltarea deprinderilor de viață independentă, mediere și acompaniament pe piața muncii, campanii de informare a tinerilor din centrele de plasament, campanii de sensibilizare a angajatorilor cu privire la problematica copiilor și tinerilor instituționalizați, seminarii de informare a angajatorilor cu privire la facilitățile acordate prin lege la angajare și la caracteristicile și nevoile tinerilor instituționalizați.

De asemenea, centrul urmărește promovarea mentoratului la locul de muncă, diminuarea numărului de tineri aflați în situația de a nu avea un adăpost sigur, prin crearea de centre sociale multifuncționale care să asigure găzduirea beneficiarilor, servicii de reinserție socio-profesională, asigurarea

unor măsuri adecvate de prevenire a excluziunii sociale a tinerilor care părăsesc sistemul de protecție a copilului și de intervenție pentru protecția lor în scopul integrării sociale și profesionale a acestora, creșterea capacității instituționale la nivelul autorităților publice locale privind dezvoltarea de servicii sociale în funcție de profilul beneficiarilor și nevoile reale ale acestora.

Kaufland România a susținut activitatea centrului pe întreg parcursul anului 2018 prin achiziția de alimente, servicii de psihoterapie și psihopedagogie pentru copii cu nevoi speciale, dar și prin achiziția a două microbuze necesare transportului copiilor din grija fundației.

Număr beneficiari: **65 copii**.





18 asociații



24 proiecte



152.390 beneficiari

SPORT & SĂNĂTATE

- 128 Fundația Hospice „Casa Speranței”
- 135 Asociația Pentru Responsabilitate Sociala Plan B
- 137 Organizația Salvați Copiii
- 140 Fundația Inovații Sociale Regina Maria
- 143 Asociația 11even
- 146 Asociația Centrul de Autism Marea Neagră
- 148 Asociația PRAXIS IURIS
- 150 Clubul de turism și alpinism Ciucaș
- 152 Asociația de Părinți a Școlii Gimnaziale „Dr. Ioan Mihaly de Apșa” Sighetu-Marmației
- 154 Sport a la Iași
- 156 Asociația New Odyssey
- 159 Asociația Sportivă Rugby Club Antonio Junior
- 161 Asociația Simte Românește
- 162 Asociația Untold
- 163 Fundația Haven Speranța
- 164 Asociația Cu Bicicleta Departe
- 165 Asociația Orașul Meu Culoarele Mele
- 167 Asociația Sport Guru

FUNDAȚIA HOSPICE „CASA SPERANȚEI”

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Viziunea Fundației Hospice

„Casa Speranței” este ca, în România, toți pacienții cu boli incurabile să beneficieze de servicii adecvate de îngrijire paliativă, la momentul potrivit, pentru a trăi cu demnitate fiecare clipă, alături de cei dragi.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

17.251.000 lei

din care:

2,18%

susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

3 / Centrul socio-medical HOSPICE de la
Adunații Copăceni
/ Team Hospice la Bucharest
International Half Maraton 2018
/ Team Hospice la Raiffeisen Bank

**Proiectele dezvoltate de Hospice Casa Speranței, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Educație, Cultură și Sport & Sănătate*

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profunditatea impactului*

1. Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului

Centrul socio-medical HOSPICE

Data de 21 septembrie 2018 a marcat o zi importantă pentru paliatia pediatrică din România: la 121 de ani de la construcția sa în anul 1897, conacul din Adunații Copăceni, donat către HOSPICE Casa Speranței de Familia Florescu (în anul 2012), a devenit un important centru socio-medical. Acesta este primul centru socio-medical din România destinat exclusiv copiilor cu boli incurabile și familiilor acestora.

Centrul de la Adunații Copăceni a fost inaugurat după o investiție totală de 1.7 milioane de euro, sumă provenită de la sponsorii și donatorii care susțin cauza îngrijirii paliative.

Din 2013, HOSPICE Casa Speranței a organizat numeroase campanii de fundraising pentru a putea derula și finaliza lucrările de renovare ale clădirilor aflate într-un stadiu avansat de degradare.

Procesul a fost și mai dificil din cauză că principalul corp al domeniului, conacul, este clădire de patrimoniu, iar renovarea să a trebuit făcută sub supravegherea Ministerului Culturii, care a impus păstrarea unor elemente în forma și aspectul lor original, elemente precum scara centrală de lemn sau arcada interioară principală a conacului.

Centrul construit pe un domeniu de 6 hectare, cuprinde o unitate cu 12 paturi care oferă îngrijire paliativă copiilor, spații pentru activități educativ-terapeutice, șase apartamente sociale dedicate familiilor aflate în situații limită, un centru educațional, un centru de zi pentru diferite terapii ocupaționale, o clădire destinată activităților de kinetoterapie, o clădire destinată taberelor de vară, un centru de terapie pentru familii și un centru educațional destinat personalului medical. Cu o paletă vastă de terapii, de la cele clasice până la cele revoluționare, bazate pe tehnologie, noul centru HOSPICE este unic nu doar în România, ci și în regiune.

În fiecare an aproximativ **200 de copii** sunt îngrijiți la noul centru Hospice. De asemenea, se vor organiza **2.000 de sesiuni de evaluare și de terapie**, iar circa **300 de copii vor participa la taberele de vară**.





Team Hospice la Bucharest International Half Maraton 2018

Aproape **700 de alergători** antrenați în fapte bune au participat pe 12 și 13 mai 2018 la Volkswagen Bucharest Half Marathon 2018, în numele pacienților care înfruntă un diagnostic incurabil aflați în grija HOSPICE Casa Speranței.



Sub sloganul „Contra cronometru, pentru timpul lor!”, #TeamHOSPICE este cea mai mare și mai optimistă echipă care susține o cauză umanitară la cel mai important eveniment sportiv din București. Fie că vorbim de cursa populară, de cea individuală de 10 km, de ștafetă sau de semimaraton, echipa optimiștilor în tricou verde – tricoul speranței – a fost prezentă la linia de start. Și pentru că niciodată nu e prea devreme să le arătăm celor mici cât de important e să ne implicăm și să ajutăm atunci când e nevoie, la start au fost și copii și chiar bebeluși în tricoul #TeamHOSPICE.

O premieră în acest an a reprezentat-o faptul că alergătorii #TeamHOSPICE au făcut pași mari pentru speranță pentru pacienții HOSPICE, dar și alături de

aceștia. Pacienții sunt cei care știu cel mai bine realitatea unui diagnostic greu și nevoia de îngrijire paliativă. Pentru a da un exemplu și pentru a le mulțumi celor care îi sprijină, mai mulți copii și adulți beneficiari ai serviciilor HOSPICE au fost la linia de start pe 12 și 13 mai.

Fondurile strânse în cadrul evenimentului, dar și cele adunate de alergătorii din Team HOSPICE pe platforma galantom.ro au fost dedicate asigurării de servicii gratuite copiilor și adulților care înfruntă o boală incurabilă. Datorită celor care cred în cauza HOSPICE, îngrijirea paliativă va juca un rol important atât în viețile celor care se confruntă cu o boală incurabilă, cât și în ale celor care le sunt alături.



Team Hospice la Raiffeisen Bank Bucharest Marathon 2018

#TeamHOSPICE, cea mai numeroasă și optimistă echipă de alergători care susține o cauză socială, a participat pentru a zecea oară consecutiv la Maratonul București Raiffeisen Bank. Aproape **750 de persoane** au alergat la maraton, în weekendul 13-14 octombrie 2018, în numele pacienților care înfruntă un diagnostic incurabil, aflați în grija HOSPICE Casa Speranței.



În total, cu ajutorul Kaufland România, al donatorilor și al alergătorilor, HOSPICE a adunat fonduri de 400.000 de lei în cadrul evenimentului sportiv.

Peste 70.000 de lei din suma totală reprezintă fonduri strânse prin intermediul conturilor create de membrii Team HOSPICE pe paginile lor de galantom.ro și donații individuale.

Cu aceasta sumă, HOSPICE poate asigura gratuit pentru pacienții adulți și copii care suferă de boli incurabile, 450 de zile de internare în unitățile cu paturi ale organizației, 500 de vizite la domiciliul pacienților și 1.300 de participări în centrele de zi.

Șase copii în scaun rulant, pacienți HOSPICE, au fost prezenți la start, pentru a demonstra că nicio linie de finish nu e imposibil de trecut, atunci când ai prieteni aproape.





ASOCIAȚIA PENTRU RESPONSABILITATE SOCIALĂ PLAN B

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Asociația pentru Responsabilitate Socială PLAN B propune servicii pentru îmbunătățirea calității vieții, de la economie circulară la educație, mediu și sănătate. Unul dintre obiectivele majore ale PLAN B este, ca prin proiectele propuse, să convingă și să ofere suport managerilor astfel încât aceștia să conducă business-ul într-o manieră sustenabilă și să transforme companiile din consumatori de resurse în formatori de piață.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

1 mil. lei

din care:

87%

susținut de Kaufland România

**Bugetul susținut de Kaufland România a fost folosit pentru dezvoltarea proiectelor din categoriile Cultură și Sport & Sănătate*

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

1 / Akademia Kinderland

"Kaufland România este deja un partener strategic pentru HOSPICE Casa Speranței, iar această colaborare pe termen lung ne dă posibilitatea să oferim îngrijire paliativă gratuită, la cele mai înalte standarde, pentru un număr cât mai mare de pacienți. Împreună, putem face cu adevărat o diferență pentru copiii și adulții afectați de o boală incurabilă și ne bucurăm că, de fiecare dată, Kaufland ne susține în proiecte cu un impact considerabil pentru conștientizarea colectivă a importanței paliativei."

MIRELA NEMȚANU
Director Executiv



FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profunditatea impactului*

1. Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Akademia Kinderland

Kaufland România a inaugurat o școală mobilă, în care îi ajută pe copii să învețe cum să mănânce sănătos, prin educație nonformală și alături de specialiști. AKADEMIA KINDERLAND este un spațiu unic și revoluționar, în care copiii între 4 și 14 ani, alături de părinți, educatori sau profesori, sunt invitați să învețe de la specialiști ce înseamnă alimentația sănătoasă și care este importanța ei.

AKADEMIA KINDERLAND a fost inițiat de Asociația pentru Responsabilitate Socială PLAN B, cu impact social și de educație pentru viitorul noilor generații.

La AKADEMIA KINDERLAND cei mici au învățat prin demonstrații, jocuri și imagini, având ca suport mijloace butaforice, digitale și senzoriale. În acest mod, copiii au putut să vizualizeze mecanismele de funcționare ale corpului uman în raport cu mâncarea, să afle cum să combine corect alimentele, să înțeleagă de ce trebuie să consume gustări sănătoase și să aleagă hrana vie în locul celei conservate, dar și să devină responsabili și să evite risipa alimentară.

K, super eroul Akademiei Kinderland, le-a împărtășit copiilor secrete legate de importanța micului dejun și de pericolul alegerii produselor fast-food și a dulciurilor în exces. Prin intermediul unor aplicații software, K i-a îndrumat să realizeze farfuria ideală și i-a provocat să se ferească de produsele periculoase.

Cei mici s-au transformat apoi în detectivi de zahăr sau au putut vedea cât cântărește în efort fizic o mâncare nesănătoasă. „Cuburile poznașe” este jocul care le-a aratat în ce fel este afectat creierul de consumul mare de

zahăr, iar prin demonstrația „tuburilor transparente” au învățat ce trebuie să aleagă dintre pâinea albă și cea neagră.

Pe parcursul a șase luni, AKADEMIA KINDERLAND a poposit în parcurile mai multor magazine Kaufland, pentru a ajunge la cât mai mulți copii.

Prima oprire, între 13 septembrie și 30 octombrie 2018, a fost în parcare Kaufland Barbu Văcărescu, urmând parcurile din Kaufland Basarab, Kaufland Mihai Bravu, Kaufland Valea Cascadelor, Kaufland Odăi.

Copiii care au avut parte de experiența KINDERLAND au înțeles cu ușurință faptul că nutriția deficitară le afectează în mod direct sănătatea și aspectul fizic, sunt responsabile pentru încrederea în sine și comportamentul în viață, rezultatele la învățătură și perspectiva găsirii unui loc de muncă la maturitate.

Cele mai recente statistici în domeniu ne indică cifre îngrijorătoare: România se află pe primele locuri în Europa la obezitate infantilă. Aproape 40% dintre copii sunt supraponderali, trendul fiind crescător. Mai mult de jumătate dintre cei mici sar peste micul dejun și numai o treime consumă legume o dată pe zi.



ORGANIZAȚIA SALVAȚI COPIII

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Viziunea organizației este o lume în care fiecărui copil îi este respectat dreptul la viață, protecție, dezvoltare și participare.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

6,5 mil. lei

din care:

8,6%

susținut de Kaufland România

**Bugetul susținut de Kaufland România a fost folosit pentru dezvoltarea proiectelor din categoriile Social și Sport & Sănătate.*

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

2 / Primul zâmbet
/ Alegeri sănătoase

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Primul zâmbet

Organizația Salvați Copiii, în colaborare cu Kaufland România, a lansat proiectul Primul Zâmbet, prin care a oferit mamelor din întreaga țară sprijin încă din primele clipe de viață ale nou-născutului.

Astfel, 30 de maternități din România au primit cutii complete cu lucruri necesare bebelușilor, esențiale pentru primele săptămâni de viață - și care pot însemna un sprijin major pentru părinții din comunități vulnerabile. Proiectul a venit în beneficiul a **3000 de proaspete mămici**.

Cutiile au conținut produse care se găsesc exclusiv în magazinele Kaufland: haine pentru copii din colecția Kuniboo, produse de igienă și îngrijire din gama bevela® baby, concepute special pentru pielea sensibilă a celor mici (șampon delicat, ulei de îngrijire și șervețele umede), scutece K-Classic, broșuri cu informații utile din partea Salvați Copiii și alte lucruri necesare bebelușilor.

Proiectul cutiilor Primul Zâmbet are la bază conceptul cutiei finlandeze (The Finnish Box), oferită de guvernul Finlandei tuturor mamelor însărcinate în ultimul trimestru și care conține diverse lucruri necesare primelor zile din viața nou-născutului.



Primii cinci ani de viață sunt esențiali în construirea unei relații emoționale sănătoase între părinți și copil, iar pentru asta mama trebuie ajutată să își îngrijească nou-născutul, să îi fie alături, să îi dedice timp de calitate, având la dispoziție lucrurile necesare.

Acestă campanie este gândită a fi începutul unei bune practici în România, care să ajute mamele în noul lor rol și să le ofere informații utile legate de importanța controalelor medicale și a îngrijirii corecte a celor mici. Acest nou model de informare se adaugă eforturilor anterioare ale Organizației Salvați Copiii de implicare în reducerea mortalității infantile prin dezvoltarea de programe suport pentru mame și copii și prin dotarea maternităților și secțiilor de nou-născuți cu echipamente medicale performante.



Alegeri sănătoase

Proiectul s-a desfășurat în 68 de localități (19 din mediul urban și 49 din mediul rural), în cele 15 zone în care Organizația Salvați Copiii își desfășoară activitatea principală - București și filiale - Iași, Mangalia, Craiova, Târgu Mureș, Timișoara, Suceava, Brașov,

Petrla, Reșița, Pitești, Piatra Neamț, Negrești, Târgoviște, Constanța.

Principalele activități au constat în derularea unui program modular de informare pentru copii și tineri, structurat în patru module tematice: educație sexuală, nutriție și exercițiu fizic, prevenirea comportamentului de consum (alcool, fumat, droguri), prevenirea violenței și promovarea relațiilor pozitive (sănătatea emoțională a copiilor).

Activitățile proiectului au fost implementate în **180 unități de învățământ** și au constat în susținerea unor sesiuni de informare, destinate copiilor din toate ciclurile de școlaritate, implementate de voluntari, cadre didactice și cadre medicale școlare. Sesiunile au avut ca metode de lucru activități non-formale, de la egal la egal (peer to peer education).

În vederea susținerii activităților informative au fost format și implicați **340 voluntari, 424 de cadre didactice și 47 cadre medicale**.

Pentru derularea proiectului au fost semnate parteneriate pe plan local cu unitățile de învățământ, dar și cu

principalele autorităților publice locale: Inspectorate Școlare Județene, Unități de Învățământ, Inspectorate de Poliție, Poliția Locală, Direcții de Sănătate Publică, CJRAE, Cabinete de Medicină a Familiei, etc.

Pentru a asigura dreptul copiilor la opinie și participare, în cadrul proiectului a fost organizată cea de XVIII-a ediție a Forumului Național al Copiilor, la care au participat **100 de copii**. Principalele teme discutate au fost legate de accesul la informații privind educația sexuală în mediul școlar, dezvoltarea abilităților emoționale și prevenirea și combaterea bullying-ului în școli.

De asemenea, a fost organizată prima ediție a Taberei Sănătății, **120 de copii** au participat la ateliere tematice pe tema educației pentru sănătate.

Beneficiari direcți:

13.430 de elevi cu vârste cuprinse între 6 și 18 ani, din toate ciclurile de școlarizare - preșcolar, primar, gimnaziu, liceu;

380 de părinți informați cu privire la desfășurarea disciplinei opționale Educație pentru sănătate



FUNDAȚIA INOVAȚII SOCIALE REGINA MARIA

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Fundația Inovații Sociale Regina Maria este o organizație de caritate neguvernamentală dedicată asistenței medicale integrate pentru persoanele fără venit și fără asigurare medicală și pentru persoanele cu venituri mici din București, prin intermediul Policlinicilor Sociale. Fundația ajută și îngrijește persoanele aflate în nevoie prin proiecte sustenabile și durabile în domeniile sănătății și educației.

Obiectivele fundației sunt creșterea numărului de persoane fără venituri și asigurări medicale care beneficiază de servicii medicale în cadrul Policlinicii Sociale Baba Novac și care astfel vor avea oportunități crescute de reinserție pe piața muncii, creșterea numărului de persoane cu venituri foarte mici care se adresează Policlinicii Sala Palatului, prevenirea abandonului școlar și îmbunătățirea performanțelor școlare a elevilor din cele două centre educaționale.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

3,7 mil. lei

din care:

2,5%

susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România**

în 2018:

2

/ Șanse la o nouă viață
/ Târg Caritabil de Crăciun

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Nu este cazul



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii / comportamentului
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Șanse la o nouă viață

Fundația Inovații Sociale Regina Maria a lansat în luna iunie 2018 un program dedicat îmbunătățirii calității vieții unui număr de **350 de pacienți** fără venituri și asigurări medicale din București, persoane înscrise la Policlinica Socială Baba Novac, cu obiectivul de a spori șansele acestora de a se integra social. Programul "Șanse la o nouă viață" s-a derulat pe parcursul unui an de zile și și-a propus acordarea a aproximativ 1500 de consultații și tratamente stomatologice complexe prin care acești pacienți să obțină o dantură sănătoasă. Dintre cele 350 de persoane care au primit îngrijiri stomatologice, 120 dintre aceștia au participat în paralel și la ședințe de psihoterapie și consiliere, aceste servicii venind în completarea celor stomatologice, oferindu-le astfel încredere în propriile forțe.



Kaufland România a înțeles problemele majore cu care se confruntă beneficiarii noștri și a avut o contribuție și un impact important în viața acestora încă din 2017, odată cu donarea electrocardiografului ce continuă să salveze vieți și acum și o va face în următorii ani, aproximativ 900 persoane beneficiind până acum de posibilitatea evitării unor complicații cardiace grave. În 2018, 350 de pacienți fără venituri și asigurări medicale au beneficiat, datorită Kaufland România, de tratamente stomatologice gratuite, refăcându-și sănătatea orală, iar 120 dintre aceștia de sesiuni de consiliere psihologică și vocațională pentru a se reintegra în societate. Prin proiectele sponsorizate, Kaufland România a intervenit semnificativ și a îmbunătățit major calitatea vieții acestor pacienți pentru care Policlinicile noastre sunt singurele locuri unde se pot trata.



CRISTIANA MATEOIU
Director Executiv



ASOCIAȚIA 11EVEN

● *partener comunitar de tradiție*

viziune & misiune

Viziunea asociației este:

"Oameni fericiți, comunități fericite.

Oameni educați, comunități educate".

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

2,4 mil. lei

din care:

83%

susținut de Kaufland România

**Bugetul susținut de Kaufland România a fost folosit pentru dezvoltarea proiectelor din categoriile Educație și Sport & Sănătate*

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

2 / Bucurie în Mișcare România
/ Bucurie în Mișcare Mamaia Nord

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii / comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
2. A generat o transformare



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ? *impactul asupra ONG-ului*

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR? *impactul asupra mediului*

Nu este cazul



Bucurie în Mișcare



Bucurie în Mișcare este un proiect de promovare a sportului și mișcării în comunitate, demarat de Asociația 11even în anul 2012. De atunci și până în prezent, proiectul a fost implementat în peste 30 de orașe din România și 4 orașe din Republica Moldova, reunind zeci de mii de participanți. Bucurie în Mișcare este un spațiu care integrează idei de jocuri și metode simple de a face mișcare, menite să-i ajute pe participanți să se inspire și să aleagă mișcarea zi de zi, într-o lume invadată de tehnologie. Bucurie în Mișcare își propune să aducă împreună copii și părinții, tineri care împărtășesc aceleași pasiuni, într-un eveniment viu, extrem de ofertant.

Acest proiect vizează educația copiilor și tinerilor prin mișcare, joaca și diferite activități meșteșugărești în aer liber, fiind o alternativă la folosirea tehnologiei. Asociația urmărește să responsabilizeze familia cu privire la importanța mișcării în aer liber, a jocurilor și a sportului în diferitele sale forme și să canalizeze tânăra generație spre a deveni modele de urmat din perspectiva abordării unui stil de viață sănătos.

Între 5 mai - 10 iunie 2018, **75.000 de persoane** s-au bucurat de mișcare în aer liber în cadrul celor 12 festivaluri Bucurie în Mișcare, organizate la nivel național, în 12 orașe: Roman, Timișoara, Baia Mare, Râmnicu Vâlcea, Deva, Satu Mare, Slatina, Galați, Craiova, Ploiești, Bacău și Arad.

În parcurile sau piețele centrale din cele 12 orașe au fost amenajate terenuri de mini-fotbal, streetball, trasee de ski pe asfalt, terenuri de tenis cu piciorul, badminton, volei, zone de mișcare pentru copii, s-au amplasat panouri de escaladă și scene pentru demonstrații și alte momente interactive. Printre cei care au răspuns pozitiv invitației organizatorilor de-a se implica în promovarea mișcării s-au numărat handbalistele Carmen Șelaru și Florentina Stanciu, câștigătoare ale Cupei EHF 2018, precum și fostele atlete Mihaela Neacșu, Claudia Ștef și Petra Videan Iacob, reprezentante ale României în cadrul Jocurilor Olimpice. O echipă de 1.000 de voluntari a contribuit la extraordinara organizare a evenimentelor de anul acesta.

În cadrul fiecărui eveniment au avut loc demonstrații oferite de cele peste 300 de cluburi sportive locale, trupe de dans, instructori de fitness, aerobic, cycling, arte marțiale, zumba, și multe altele. Peste 1.000 de iubitori de kangoo jumps au luat parte la sesiunile speciale oferite de Kangoo Jumps România.

Alegerea orașelor gazdă pentru evenimentele Bucurie în Mișcare s-a realizat în urma competiției naționale "Alege mișcarea azi", competiție în care au fost angrenați iubitori de mișcare din 24 de orașe. Participanții au impresionat atât prin numărul mare de postări pe Facebook și Instagram, cât și prin diversitatea activităților sportive pe care le-au practicat. Astfel, peste 10.000 de postări care au surprins bucuria mișcării au fost validate până la finalul celor 15 zile de competiție.

Bucurie în Mișcare Mamaia Nord



Bucurie în Mișcare Mamaia Nord a reprezentat un spațiu neconvențional care integrează idei de jocuri și metode simple de a face mișcare, menite să-i ajute pe participanți să se inspire și să aleagă mișcarea zi de zi, într-o lume invadată de tehnologie. Proiectul s-a desfășurat în perioada 10 mai - 1 iunie, în cortul estival Kaufland din Mamaia Nord și i-au trecut pragul peste **6000 de copii** din județul Constanța și au fost implicate 250 de cadre didactice și însoțitori din 32 de școli și 4 centre de plasament. Pe lângă aceștia, alți **150 de copii proveniți din zone defavorizate** ale României s-au putut bucura de cele 7 zone dedicate mișcării din cadrul cortului.



ASOCIAȚIA CENTRUL DE AUTISM MAREA NEAGRĂ

○ partener comunitar nou

viziune & misiune

Scopul asociației este oferirea de servicii psihologice copiilor cu nevoi speciale.

Necesar de finanțare al asociației în 2018: **1,1 mil. lei**

din care: **3%** susținut de Kaufland România

Număr de proiecte susținute de Kaufland România în 2018: **1** / Alerg 24 h Autism Marea Neagră

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a produs o îmbunătățire



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Alerg 24 h Autism Marea Neagră

Evenimentul sportiv a avut loc în perioada 5-6 mai 2018, în stațiunea Mamaia, Județul Constanța.

La ultramaratonul de 24 de ore de alergare pe nisip au participat aproximativ **2000 de persoane** în 4 curse diferite:

- Cursa Scaunelor rulante
- Cursa Copiilor
- Cursa Clasică
- Cursa Nisip Apă Foc

Scopul evenimentului a fost promovarea dreptului la integrare în comunitate al persoanelor cu nevoi speciale.



Pentru proiectul nostru a contat expertiza Kaufland în derularea acțiunii și am câștigat experiență privind organizarea unui astfel de acțiuni. Energia pe tot timpul colaborării a fost una extrem de pozitivă din partea reprezentanților Kaufland România, iar implicarea și determinarea lor a fost decisivă în realizarea evenimentului.

ADRIAN GEMĂNARU
Președinte



ASOCIAȚIA PRAXIS IURIS

○ *partener comunitar nou*

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:** **37.200 lei**

din care: **25%**
susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:** **1** / Cupa Edu

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii / comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Cupa Edu

„CUPA EDU” este un eveniment organizat de Asociația PRAXIS IURIS prin care se urmărește atât promovarea educației fizice și a sportului, cât și implicarea cetățenească activă, dezvoltarea conștiinței civice a tinerilor și stabilirea unui fond de premiere care să contribuie la îmbunătățirea bazei materiale a unităților de învățământ.

Evenimentul „CUPA EDU” este organizat în jurul unei competiții de baschet între licee, participanții având nu numai ocazia de a concura în cadrul sportiv, dar și posibilitatea de a desemna o unitate de învățământ din țară căreia asociația îi va oferi un premiu, în funcție de locul pe care echipa de baschet îl ocupă în cadrul competiției.

„CUPA EDU” dorește să devină o platformă organizată de dialog și schimb de informații prin care tinerii să dobândească cât mai multe informații despre ce înseamnă să fii un cetățean

activ, să conștientizeze importanța educației fizice și a sportului și să cunoască persoane și organizații implicate în domeniul educației și sportului.

Competiția de baschet s-a desfășurat în perioada 7-10 decembrie 2018, la București și au participat cele mai bune patru echipe de baschet de liceu din București, reprezentând Colegiul Național „Spiru Haret”, Colegiul Național „Cantemir Vodă”, Colegiul Național „Aurel Vlaicu” și Colegiul Tehnic „Anghel Saligny”. Câștigători au fost elevii de la Colegiul Național „Spiru Haret”.

Numărul de beneficiari direcți – **70 elevi participanți** la competiție.

Număr de beneficiari indirecti – **1500 de persoane**, colectivele celor patru licee participante.



Kaufland România dă dovadă de implicare activă în viața comunității, asigură acces și șanse egale tuturor ONG-urilor care aplică pentru o finanțare, este transparentă în procesul de decizie, folosește un proces de selecție riguros al candidaților și destinației fondurilor și urmărește rezultatele ONG-urilor beneficiare.

BOGDAN-MIHAI PANAITESCU
Președinte

CLUBUL DE TURISM ȘI ALPINISM CIUCAȘ

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Viziunea clubului este să pună bazele unor principii de viață sănătoase în comuniune cu natura, considerând că un mod de viață sănătos este bazat pe echilibru între alimentație, mișcare, implicare în activități comunitare. Scopul clubului este să lase generațiilor următoare idei, sfaturi privind promovarea mișcării în strânsă comuniune cu natura.

Necesar de finanțare
al asociației în 2018:

664.500 lei

din care:

7%

susținut de Kaufland România

Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:

1 / Ciucaș X3

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în produse



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii / comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a produs o îmbunătățire



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului



Ciucăș X3

Ciucăș X3 este o competiție de alergare montană ce are loc în Cheia în fiecare an, în al doilea weekend din luna septembrie. Cursa de maraton este inclusă în Circuitul Carpaților, cele 3 curse (semimaraton, maraton și ultramaraton) se desfășoară în 3 masive (Ciucăș, Siriu și Grohotiș) și însumează 170 de km de trasee pe care se aleargă, promovând o zonă importantă și salbatică din Valea Superioară a

Teleajenului. Cel mai înalt punct este pe Vârful Ciucăș (1954m).

Ediția din 2018 a avut loc în perioada 7-9 septembrie 2018 și a avut peste **2000 de participanți**, 1500 de susținători și au fost implicați peste 200 de voluntari (toată activitatea Clubului de Turism și Alpinism Ciucăș se bazează pe voluntariat).



Considerăm că cea mai potrivită companie pentru implicarea în activitățile Clubului de Turism și Alpinism Ciucăș este Kaufland România. Deschiderea către proiectele noastre aduce plus valoare și ne face încredători că putem schimba în bine percepția asupra unui stil de viață echilibrat și astfel să contribuim la crearea unei societăți sănătoase.

DRAGOȘ STATE
Președinte

ASOCIAȚIA DE PĂRINȚI A ȘCOLII GIMNAZIALE „DR. IOAN MIHALY DE APȘA” SIGHETU-MARMAȚIEI

○ *partener comunitar nou*

viziune & misiune

Misiunea asociației este dezvoltarea activităților educative pentru elevii și preșcolarii școlii, susținerea cadrelor didactice în procesul educativ, susținerea și modernizarea bazei materiale a școlii și grădiniței.

Necesar de finanțare al asociației în 2018: **478.000 lei**

din care: **99,28%**
susținut de Kaufland România

Număr de proiecte susținute de Kaufland România în 2018: **1** / Construcție sală de sport

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii / comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Construcție sală de sport

Kaufland România a susținut construcția sălii de sport a Școlii Gimnaziale „Dr. Ioan Mihaly de Apșa” Sighetu-Marmației, proiect desfășurat în perioada aprilie-octombrie 2018.



De sala de sport se vor bucura **800 de elevi și preșcolari** ai școlii, 70 de cadre didactice ale școlii, precum și 1500 de părinți.

Colaborarea cu Kaufland România a fost una extraordinar de benefică, atât pentru ONG, cât și pentru beneficiarii proiectului derulat.

MIHAI GRIGOR
Președinte



SPORT A LA IAȘI

○ *partener comunitar nou*

viziune & misiune

SPORT a la IAȘI este o organizație care are principal scop promovarea sportului de masă în Iași, prin organizarea de evenimente din mai multe discipline sportive. Sportul este un factor important în dezvoltarea armonioasă atât individuală, cât și colectiv/socială.

Necesar de finanțare al asociației în 2018: **116.250 lei**

din care: **20%**
susținut de Kaufland România

Număr de proiecte susținute de Kaufland România în 2018: **1** / Palas Streetball Challenge

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. **CE S-A SCHIMBAT?** *tipul impactului*
2. **CUM S-A SCHIMBAT?** *profundimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii / comportamentului
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură
A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Palas Streetball Challenge

Palas Streetball Challenge este o competiție sportivă de baschet 3x3, care se desfășoară pe parcursul a două zile. Palas Streetball Challenge integrează pe lângă meciurile de baschet 3x3 și concursuri individuale, precum:

- Aruncări de 3 puncte
- Aruncări libere
- Concurs de slam-dunk (cu participare internațională)

Ediția din 2018 s-a desfășurat în perioada 15-16 iunie și a avut un număr de **3400 de beneficiari** (participanți și spectatori). Scopul acestui eveniment-concurs este de a promova baschetul în Iași și de a oferi iubitorilor de baschet oportunitatea de a evolua într-un mediu profesionist organizat și cu premii.



ASOCIAȚIA NEW ODYSSEY

● *partener comunitar de tradiție*

viziune & misiune

Asociația New Odyssey este o organizație care luptă pentru drepturile copiilor cu autism. Obiectivele asociației sunt: integrarea copiilor cu autism în instituțiile învățământului de masă, ajutorarea mai multor copii prin intermediul terapiilor desfășurate în centrul nostru, obținerea decontării terapiei ABA de către stat.

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:** **1** / Tabăra de vară

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii / comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul

Tabăra de vară

În august 2018, asociația a organizat o tabără de vară în Sâmbăta de Sus, Județul Brașov. Tabăra, la care au participat 40 de persoane (copii cu tulburări de spectru autist și părinții acestora) a inclus activități educative și de relaxare deopotrivă.



Multumim Kaufland România că este alături de Asociația New Odyssey și că de fiecare dată când cerem ajutorul, ne sprijină în diverse proiecte.

ALINA BOBÂRNAC
Președinte





ASOCIAȚIA SPORTIVĂ RUGBY CLUB ANTONIO JUNIOR

● *partener comunitar de tradiție*

viziune & misiune

Obiectivele asociației sunt:

Identificarea, inițierea și susținerea pentru practicarea rugby-ului de performanță pentru 100 de copii defavorizați de pe raza Bucureștiului și zonele limitrofe;

Desemnarea rugby-ului ca activitate educativă, sportivă în rândul copiilor și al personalului de îngrijire din sistemul de protecție al DGASPC București;

Constituirea unei oferte de petrecere a timpului liber pentru copii, prin organizarea de turnee naționale și internaționale cu premii.

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

2 / Cupa Rugby Under 15
/ Reciclare și mediul înconjurător

Cupa Rugby Under 15

Asociația Sportivă Rugby Club Antonio Junior, în colaborare cu Federația Română de Rugby, a organizat o nouă competiție adresată copiilor, categoria de vârstă U15 (under 15). Astfel, cu susținerea unuia dintre partenerii de tradiție ai clubului, Kaufland România, timp de trei duminici consecutive, pe 18 noiembrie, 25 noiembrie și 2 decembrie, a fost organizată ediția a doua a „Cupei Kaufland”.

La această competiție s-au înscris alături de Rugby Club Antonio Junior, echipele RC Grivița, CNAV-Dinamo și RC Flamingo. Meciurile au avut loc pe terenul din Complexul Studențesc Tei din București.

Turneele sunt rezervate exclusiv copiilor născuți în 2004/2005 și mai mici. Organizatorii și partenerii au avut multe surprize pentru participanți. Una dintre surprize a fost aceea că toate echipele participante la turneu au beneficiat de repriza a 3-a în fiecare duminică, cu preparate culinare oferite din „BUCĂTĂRIA” părinților voluntari ai clubului Rugby Club Antonio Junior.

Număr beneficiari: **300 de copii.**



ASOCIAȚIA SIMTE ROMÂNEȘTE

● partener comunitar de tradiție

Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018: **1** / Cancel Cancer

Cancel Cancer

Asociația Simte Românește, Avon Cosmetics România, în parteneriat cu Kaufland România, a continuat și în 2018 demersul prin care a îndemnat femeile să afle că sunt bine, prin care au discutat despre depistarea precoce a cancerului de sân și au oferit peste **1.500 de ecografii și peste 50 de mamografii gratuite.**

Campania a avut în componență o caravană în 16 orașe (Alexandria, Slatina, Petroșani, Reșița, Lugoj, Arad, Satu-Mare, Slobozia, Tulcea, Vaslui, Piatra Neamț, Botoșani, Câmpina, Codlea, Sighișoara și Bistrița), în parcurile supermarketurilor Kaufland, unde s-au oferit femeilor care s-au prezentat în zona Cancel Cancer o consultație senologică gratuită (anamneză examen clinic, ecografie de sân și, dacă a fost nevoie, recomandare pentru mamografie.)



ASOCIAȚIA UNTOLD

● *partener comunitar de tradiție*

Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:

1 / The Blood Network

**Proiectele dezvoltate de Asociația Untold, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Educație, Cultură și Sport & Sănătate*

The Blood Network

Untold și Neversea au lansat a patra ediție a campaniei de donare de sânge Blood Network. De la o ediție la alta, campania Blood Network s-a dezvoltat puternic în privința numărului de oameni care donează sânge atât în centrele fixe, cât și la caravanele mobile Blood Network.

În 2018 campania s-a desfășurat în perioada 29 mai-29 iunie în toate centrele de transfuzii din țară.

Persoanele care și-au dorit să participe la cele două festivaluri au putut dona și la caravanele mobile din șase orașe ale țării: Cluj-Napoca, București, Iași, Timișoara, Brașov și Constanța. Toți cei care au donat la caravanele mobile au primit un bilet gratuit de o zi la Untold sau Neversea. Toți cei care au donat sânge la centrele de transfuzii din întreaga țară au primit reducere la abonamente pentru festivalurile Untold sau Neversea.

Campania BLOOD NETWORK a fost realizată cu sprijinul Kaufland România și în parteneriat cu platforma Și Eu Donez, dar și cu ajutorul Institutului Național De Transfuzii Sanguine.

Peste **2000 de persoane** au participat la campanie și au donat sânge.



FUNDAȚIA HAVEN SPERANȚA

○ *partener comunitar nou*

Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:

1 / Stimulare și integrare senzorială
pentru copiii cu deficiențe

Stimulare și integrare senzorială pentru copiii cu deficiențe

Centrul de zi Silvia al Fundației Haven – Speranța Tuturor, Piatra Neamț a lansat un nou proiect – Stimulare și integrare senzorială pentru copiii cu deficiențe. Perioada de desfășurare a fost martie – iunie 2018, sponsor principal fiind Kaufland România. Motivația proiectului a plecat de la deficiențele senzoriale care îi fac pe unii copii să nu accepte anumite alimente din cauza mirosurilor, a texturii sau a multiplelor forme și culori pe care le descoperă copilul cu deficiențe în ceea ce urmează să consume. Stimulii sunt recepționați ca fiind prea mulți sau prea puternici, ceea ce conduce la respingerea mâncării, incapacitatea de a înghiți, de a mesteca etc. Astfel, proiectul și-a propus să desfășoare ateliere de stimulare senzorială gustativă, tactilă și vizuală care vizează dezvoltarea și integrarea capacității copiilor de a mânca, a bea echilibrat și de a deveni autonomi în servirea mesei.

Beneficiari direcți sunt **10 copii** de la Centrul de zi Silvia Piatra Neamț, cu vârste cuprinse între 4-16 ani, prezentând deficiențe precum autism, sindrom Down, retard psiho-motor.



ASOCIAȚIA CU BICICLETA DEPARTE

○ partener comunitar nou

Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:

1 / Pedalăm pentru România

Pedalăm pentru România

Aproape **250 de bicicliști** amatori au plecat în data de 26 iunie 2018, din patru orașe tradiționale, pentru a se reuni, 5 zile mai târziu, la Alba Iulia. Zeci de localități străbătute cu 20 de km/h, 100 de kilometri/zi, 500 de kilometri de pedalat. Acestea au fost principalele coordonate ale "Pedalăm pentru România", cel mai mare marș pe bicicletă dedicat celor 100 de ani de la Marea Unire.

Tura s-a adresat amatorilor de ciclism, tuturor celor preocupați de sport, dar și celor care și-au dorit să dea, prin efortul lor, un mesaj de drag pentru România, în anul Centenarului.

Marșul a fost unul asistat, pe parcursul întregului traseu participanții au fost însoțiți de un autocar pentru odihnă și situații speciale, mașini tehnice pentru urgențele legate de biciclete, salvare și mașini care delimitează coloana.

"Pedalăm pentru România" a fost un marșciclist, nu o cursă. A fost un exercițiu de curaj, dar și de rezistență fizică, cu scopul clar de a demonstra că toate generațiile pot onora România prin efort, camaraderie și grijă - nu doar prin vorbe mari.



ASOCIAȚIA ORAȘUL MEU, CULORILE MELE

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Asociația se angajează să ofere suport copiilor dezavantajați, care suferă de afecțiuni cronice.

Scopul asociației este să aducă momente de bucurie prin produsele utile și distractive, ce pot fi utilizate atât de copii, cât și de adulți.

Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:

1 / Ce mâncăm?

Ce mâncăm?

Asociația „Orasul Meu, Culorile Mele” și Kaufland România au demarat proiectul „Ce mâncăm?” prima campanie cu acoperire națională de combatere a creșterii îngrijorătoare a ratei obezității infantile.

În prezent ne confruntăm din ce în ce mai mult cu epidemia globală de obezitate. Conform rezultatelor unui studiu efectuat de Federația Română de Diabet pentru Ambasada Regatului Țărilor de Jos în



România, rata obezității în rândul copiilor ajunge, în unele comunități, la 30%. În medie, aceștia mănâncă între mese de trei ori pe zi, adesea bomboane și gustări sărate. Problema afectează mai mult băieții decât fetele și în special copiii de vârstă școlară.

Prin proiectul „Ce mâncăm?”, Asociația „Orasul Meu, Culoarele Mele” în parteneriat cu Kaufland România au venit în sprijinul grădinițelor, al familiilor și al comunităților locale, mobilizând toate părțile implicate pentru a spori nivelul de conștientizare față de importanța unei alimentații sănătoase. Acționând pe parcursul unei perioade critice pentru dezvoltarea copiilor – perioada grădiniței, cresc șansele ca ei să adopte o alimentație sănătoasă și un stil de viață activ, pentru ca obiceiurile care duc la un stil de viață sănătos se învață din copilărie.

Peste **280 de grădinițe** au acceptat provocarea, însumând peste **20.000 de copii** care au participat într-un parcurs educațional entuziasmant prin lumea nutriției în șase lecții amuzante. Asociația „Orasul Meu, Culoarele Mele” și Kaufland România au oferit gratuit grădinițelor participante materiale educaționale necesare, precum suportul de curs, hărți de colorat uriașe, postere și flyere. Copiii au învățat astfel cum să facă alegeri alimentare sănătoase, prin jocuri de rol, cântece și ateliere de colorat.

Conform datelor adunate de organizația non-guvernamentală, 89% dintre copiii care au luat parte la program luau micul dejun în mod regulat în luna decembrie, față de doar 37% în luna iunie.

Proiectul s-a bucurat de un foarte mare succes în rândul grădinițelor, iar multe dintre ele au cerut să fie incluse și în proiecte viitoare. Pentru a marca încheierea cu succes a programului, „Orasul Meu, Culoarele Mele” și Kaufland România au oferit drept cadou în magazinele Kaufland hărți de colorat uriașe create de Orașul Meu pentru a promova consumul sustenabil și producția locală.

ASOCIAȚIA SPORT GURU

○ *partener comunitar nou*

Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:

1 / Timișoara 21k

Timișoara 21k

SportGuru Timișoara 21k își propune încă de la prima ediție să fie o competiție sportivă de mare anvergură care să așeze din nou Timișoara în rândul orașelor importante din lumea sportului de masă, pe plan național și internațional.



Evenimentul este inițiat de Asociația Sport Guru, în parteneriat cu Primăria Timișoara și are în echipa organizatoare oameni cu mare experiență în dezvoltarea și administrarea competițiilor de alergare din România.

Traseul de 21 de kilometri a fost gândit pentru ca frumusețile orașului de pe Bega să poată fi apreciate de toți participanții; cursa a avut startul și finishul în Piața Unirii – un loc emblematic pentru Timișoara, un traseu care rămâne totuși unul fluent și rapid, în așa fel încât alergatorii să-și poată doborî recordurile de timp pe această distanță.

Competiția cuprinde probe și categorii pentru toate vârstele, astfel că pe lângă traseul de 21 km participanții au putut alerga la crosul de 10 km, la cursa populară sau la cursa copiilor.

A doua ediție a concursului a avut loc în perioada 24-25 martie 2018 și a adunat laolaltă **1500 adulți și 400 de copii pasionați** de sport.



CULTURĂ



17 asociații



21 proiecte



360.200 beneficiari

- 170 Fundația Principesa Margareta a României
- 172 Asociația Români Care Se Ajută
- 174 Fundația Hospice „Casa Speranței”
- 178 Fundația The Duke of Edinburgh's International Award România
- 180 Asociația Cinemobilul
- 182 Fundația Filderman pentru Educație, Cultură, Artă
- 185 Asociația Fălticeni Cultural
- 187 Asociația Green Hours
- 189 Asociația Arta nu mușcă
- 191 Asociația Pentru Responsabilitate Socială Plan B
- 193 Asociația Film și Cultură Urbană
- 194 Asociația Culturală Arkadia
- 195 Asociația de Dezvoltare a Filmului Românesc
- 196 Asociația Lupii Liberi
- 197 Asociația One World România
- 198 Asociația Untold
- 199 Asociația pentru muzică, artă și cultură

FUNDAȚIA PRINCIPESA MARGARETA A ROMÂNIEI

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

România își atinge adevăratul potențial și toți cetățenii ei se respectă reciproc și pe ei înșiși. Obiectivele fundației sunt creșterea calității vieții copiilor din zone defavorizate printr-o abordare integrată a învățării și a dezvoltării socio-emoționale, crearea de șanse egale pentru tinerii talentați proveniți din medii defavorizate, prin susținerea și promovarea talentului lor, creșterea calității vieții persoanelor vârstnice din România prin susținerea îmbătrânirii active, alinarea singurătății și crearea de servicii noi.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

3,2 mil. lei

din care:

4,26%

susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

1 / Tinere Talente

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profunditatea impactului*

1. Schimbarea atitudinii / comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Tinere Talente

Prin programul național Tinere Talente, Fundația Principesa Margareta a României oferă burse de studiu, mentorat și oportunități de promovare celor mai promițători tineri artiști români din domeniul muzicii clasice și al artelor vizuale, aflați la început de carieră și în imposibilitatea de a se dezvolta pe viitor din motive financiare.

Bursele Tinere Talente se acordă pe perioada unui an calendaristic, iar tinerii sunt selectați la începutul fiecărui an, de un juriu de specialitate. În 2018, Fundația Principesa Margareta a României a oferit 30 de burse de studiu, pentru **15 muzicieni și 15 artiști vizuali**. Finanțarea le-a permis tinerilor să își cumpere materiale și instrumente și să participe la concursuri, concerte, expoziții și cursuri de specializare în România și în străinătate, obținând rezultate remarcabile. În cadrul proiectului, Fundația Principesa

Margareta a României a organizat mentorate intergeneraționale, o tabără de creație și o serie de cursuri de măiestrie susținute de personalități ale muzicii clasice din țară.

Programul a fost încheiat prin Gala Tinere Talente 2018, organizat în data de 19 noiembrie 2018, la Teatrul Național București. Evenimentul a fost dedicat tinerilor muzicieni și artiști vizuali, bursieri

ai programului național Tinere Talente. Gala a reunit importante personalități din lumea culturală, sponsorii și mentorii din cadrul programului, profesorii și familiile tinerilor artiști. Cei 30 de tineri talentați au prezentat într-un spectacol-eveniment un concert de muzică clasică, precum și o expoziție de arte vizuale, rezultat al colaborării interdisciplinare de pe parcursul întregului an de bursă.



Kaufland România este unul dintre cei trei parteneri strategici ai programului național Tinere Talente și acționăm împreună din dragoste pentru România. Timp de 10 ani, Kaufland a avut o susținere esențială și constantă a tinerilor talentați bursieri ai Fundației, și a contribuit în același timp la viața culturală a societății. Investiția și încrederea oferite Fundației Principesa Margareta a României ne onorează și ne inspiră să evoluăm în fiecare an.



IOANA PETREA

Director Comunicare și Fundraising

ASOCIAȚIA ROMÂNII CARE SE AJUTĂ

O partener comunitar nou

viziune & misiune

Viziunea asociației este crearea unei rețele naționale de înțajutorare și de a promova principiul solidarității, valorile umane și culturale.

Necesar de finanțare al asociației în 2018: 465.000 lei

din care: **85%** susținut de Kaufland România

Număr de proiecte susținute de Kaufland România în 2018: 1 / Caravana cinematografică "Coborâm la prima"

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

- Schimbarea atitudinii / comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
- S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Caravana cinematografică "Coborâm la prima"

„Coborâm la prima” este o poveste inspirațională despre natura umană și despre comportamentul în situații de criză, dar și despre cum poți să descoperi cu adevărat pe cineva dacă ai timp să-l asculți.



„Coborâm la prima” spune povestea călătorilor dintr-un vagon de metrou, a doua zi după incendiul de la Colectiv. Nevoiți să petreacă împreună câteva ore pentru că metroul se oprește între stații, călătorii încep să se descopere, să înlăture judecățile și prejudecățile pe care le au față de cei cu care, din întâmplare, sunt colegi de călătorie.

În paralel cu lansarea filmului pe marile ecrane, în perioada iunie 2018-februarie 2019 a avut loc caravana cinematografică Kaufland cu proiecția filmului „Coborâm la prima” în 60 de licee din 30 de orașe - Brașov, Constanța, București, Cluj, Oradea,

Salonta, Arad, Lugoj, Timișoara, Iași, Sibiu, Pitești, Ploiești, Bacău, Deva, Covasna, Suceava, Cernăuți, Piatra Neamț, Târgul Mureș, Baia Mare, Sighetul Marmăției, Caracal, Slatina, Craiova, Botoșani, Târgoviște, Câmpina, Câmpulung, Bârlad, Vaslui, Sfântu Gheorghe, Brăila, Galați. Peste **54.000 de elevi** au vizionat filmul.

Caravana a avut scopul de a pune în dialog preconcepțiile, prejudecățile și situațiile de viață asemănătoare cu cele din film. Pentru elevi a fost inedit să cunoască echipa de producție și au avut foarte multe întrebări despre cinematografie.

Kaufland România ne-a ajutat să creștem în anvergură proiectele asociației. Lucru care a avut ca efect promovarea scopului asociației care reiese din denumirea sa - „Asociația Românilor Care Se Ajută”. O țară cu 8,6 milioane de analfabeți funcțional are nevoie de sprijinul Kaufland prin investițiile în CSR. În numele asociației, vă mulțumim.

DORU DASCĂLU
Președinte

FUNDAȚIA HOSPICE „CASA SPERANȚEI”

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Viziunea Fundației Hospice „Casa Speranței” este ca, în România, toți pacienții cu boli incurabile să beneficieze de servicii adecvate de îngrijire paliativă, la momentul potrivit, pentru a trăi cu demnitate fiecare clipă, alături de cei dragi.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:** 17.251.000 lei

din care: **2,18%**
susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

2 / Concert caritabil
/ “Roaring 20s” Edelweiss Dinner

**Proiectele dezvoltate de Hospice Casa Speranței, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Educație, Cultură și Sport & Sănătate*

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? tipul impactului
2. CUM S-A SCHIMBAT? profunzimea impactului

1. Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului

Concert caritabil

HOSPICE Casa Speranței a organizat, pe 3 noiembrie 2018, concertul caritabil Timp pentru Viață, în beneficiul copiilor și al adulților care înfruntă un diagnostic incurabil.

Evenimentul HOSPICE de la Ateneul Român a fost mai mult decât un concert, mai mult decât o seară de muzică și fapte bune; a fost seara dorințelor împlinite pentru doamna Emilia, care a visat toată viața să urce pe o scenă, pentru copiii HOSPICE care au cântat Imnul Optimismului și pentru toți cei cărora HOSPICE va putea să le ofere îngrijire gratuită.

Cu ajutorul sponsorilor și al celor care au cumpărat bilete, HOSPICE Casa Speranței a strâns aproximativ 35.000 de euro în urma concertului caritabil. Cu această sumă, fundația va putea asigura astfel **177 de zile de internare gratuită, 200 de vizite multidisciplinare la domiciliul pacienților și 530 de participări în centrele de zi.** De asemenea, peste **100 de pacienți au fost prezenți în sală**, datorită celor care au cumpărat “Un bilet pentru un pacient”, un bilet în plus prin care au oferit mai mult decât un cadou: au oferit unui pacient o seară de terapie prin muzică și i-au redat speranța că se poate bucura de fiecare clipă.

Trei grupuri vocale și artiști care susțin cauza îngrijirii paliative au urcat pe scena Ateneului Român pentru a oferi Timp pentru Viață pacienților îngrijiți de HOSPICE Casa Speranței. Anatoly, Blue Noise și Brio Sonores au susținut un spectacol a capella ce a traversat stiluri surprinzătoare: pop-operă, jazz, pop-rock, pop, jazz și contemporan. Cele trei grupuri sunt cunoscute și îndrăgite pentru vocile fenomenale și stilul non-conformist pe care îl abordează.

Un moment special al serii a fost duetul Emilia State – Doru Todoruț, moment care a ridicat sala în picioare. Doamna Emilia, pacientă HOSPICE, nu a avut timp să se dedice muzicii, a fost ocupată să supraviețuiască cancerului. Dar și-a imaginat de multe ori cum ar fi să cânte o romanță pe o scenă impunătoare și să emoționeze o sală întreagă. Concertul HOSPICE de la Ateneu a însemnat seara dorințelor împlinite. Doamna Emilia și Doru Todoruț au cântat împreună două melodii, acompaniați de chitaristul Alexandru Nicolae, primind aplauze la scenă deschisă în cea mai frumoasă sală de concerte din București.

Pe scenă au urcat și copiii HOSPICE, micuți care au aflat de niște lucruri despre care niciun copil nu ar trebui să știe: diagnostice, tratamente, spitale. La HOSPICE au învățat însă că nu sunt singuri și că sunt puternici. Atât de puternici, încât pot să cânte despre optimism pe cea mai frumoasă scenă din București. Alături de Liviu Teodorescu, copiii au ridicat sala în picioare cu melodia-manifest Imnul Optimismului.



La rândul său, ambasadorul Marii Britanii în România, Andrew Noble, a susținut un discurs în limba română mulțumind celor prezenți și îndemnând la implicare. Evenimentul a marcat încă un moment deosebit pentru HOSPICE: gazda concertului, Marta Ușurelu, a devenit ambasador oficial HOSPICE Casa Speranței.

Număr beneficiari: **700 de persoane.**

„Roaring 20s” Edelweiss Dinner

Aproape 250 de invitați au fost prezenți la “Roaring 20s” Edelweiss Dinner, cel mai important eveniment caritabil organizat de HOSPICE Casa Speranței.

A fost o seară cu artă și fapte bune, în beneficiul miilor de copii și adulți care înfruntă un diagnostic incurabil. Prietenii, partenerii, sponsorii, donatorii și susținătorii cauzei îngrijirii paliative în România au participat la eveniment, iar bunătatea și generozitatea acestora se traduce în sprijin pentru pacienții HOSPICE. Fundația a putut asigura astfel 14 zile de internare în unitățile cu paturi ale organizației pentru 120 de pacienți, 1.700 de vizite multidisciplinare la domiciliul pacienților și 2.500 de participări în centrele de zi.

“Roaring 20s” Edelweiss Dinner a avut loc pe 7 iunie și a fost prezentat de Sanda Nicola și Mihai Rădulescu, gazdele perfecte pentru cei prezenți.

Regizorul și coregraful Răzvan Mazilu – unul dintre cei mai importanți artiști români ai momentului – împreună cu echipa sa le-au propus invitaților o călătorie incitantă în lumea strălucitoare a anilor ‘20. De asemenea, Smoothie & The Urbans au oferit un show vibrant, iar Bianca Oneț i-a încântat pe invitați cu vocea sa seducătoare.

Invitații la “Roaring 20s” Edelweiss Dinner au avut parte, pe lângă o seară artistică de excepție, și de o licitație cu strigare, în urma căreia participanții și-au putut adjudeca obiecte-unice și experiențe inedite.



Printre invitați s-au aflat mulți susținători ai cauzei îngrijirii paliative în România, printre care Prințul Grigore Ghyka, Nicholas de Roumanie, ambasadorul Statului Israel în România, Excelența Sa, doamna Tamar Samash, Consulul Republicii Chile în România, Rodrigo Guzmán Barros, precum și doamna Gladys Abankwa-Meier-Klodt, soția ambasadorului german la București.

Pe scenă au urcat Graham Perolls, președinte fondator al HOSPICE Casa Speranței, precum și Mirela Nemțanu, CEO HOSPICE, care le-au vorbit invitaților despre schimbarea pe care, de mai bine de un sfert de secol, fundația o aduce în viețile celor care suferă de boli incurabile. Dr. Diana Loreta Păun, consilierul de Stat – Departamentul Sănătate Publică – a felicitat HOSPICE pentru cei 26 de ani de activitate în

România și a transmis un mesaj puternic din partea Administrației Prezidențiale: îngrijirea paliativă este încă un domeniu greu încercat în România, însă împreună putem aduce speranță și putem face cu adevărat o schimbare în viața celor greu încercați. Un alt moment emoționant al serii a fost filmulețul despre Maria, mica noastră pacientă, pentru care HOSPICE a devenit o a doua casă, în care se poate bucura din nou de copilărie.

Fondurile strânse la “Roaring 20s” Edelweiss Dinner au fost dedicate asigurării de servicii gratuite copiilor și adulților care înfruntă o boală incurabilă. Datorită celor care cred în cauza HOSPICE, îngrijirea paliativă va juca un rol important atât în viețile celor cu o astfel de afecțiune, cât și în ale celor care le sunt alături.



FUNDAȚIA THE DUKE OF EDINBURGH'S INTERNATIONAL AWARD ROMÂNIA

○ *partener comunitar nou*

viziune & misiune

The Duke of Edinburgh's International Award este liderul global al programelor de tineret, cu peste 60 de ani de existență ce au dovedit că, prin reunirea experiențelor și competențelor necesare creării unor cetățeni implicați, tinerii devin mai pregătiți pentru o educație echilibrată, pentru locul de muncă și pentru viață. Programul the Duke of Edinburgh's International Award este prezent în peste 140 de țări și teritorii și este patronat la nivel global de Alteța Sa Regală Ducele de Edinburgh, iar la nivel național de Majestatea Sa Margareta, Custodele Coroanei Române.

Viziunea fundației în România este de a face programul să ajungă în viețile cât mai multor tineri, indiferent de mediul lor de proveniență, pentru a putea îmbrățișa oportunitatea de a-și găsi potențialul și de a-și depăși limitele. Având o serie de principii solide bazate pe filosofia voluntariatului și a învățării prin experiență, programul Award necesită implicare pe termen lung, nu numai din partea tinerilor, dar și partea adulților.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:** **500.000 lei**

din care: **30%**

susținut de Kaufland România

**Bugetul susținut de Kaufland România a fost folosit pentru dezvoltarea proiectelor din categoriile Educație și Cultură*

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:** **1** / Carte de bucate

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii / comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului
(acțiuni de ecologizare și plantare 500 puieti de molid)



Carte de bucate

Conceput ca un proiect de diplomație culturală combinat cu o strângere de fonduri, scopul cărții bilingve "Celebrating food around the world – Sărbătorind mâncarea în jurul lumii" a fost să facă accesibile culturile din care provin membrele Comunității Soțiilor Șefilor de Misiune din București prin intermediul limbajului universal al gastronomiei, precum și strângerea de fonduri de care să beneficieze tinerii cu posibilități reduse înscriși în programul Award. Cartea cuprinde 26 de rețete ale membrilor Comunității Soțiilor Șefilor de Misiune, dar și o contribuție specială a Majestății Sale. Întreaga sumă obținută din vânzarea acestei cărți este folosită în susținerea educațională a tinerilor.

ASOCIAȚIA CINEMOBILUL

○ partener comunitar nou

viziune & misiune

Viziunea asociației este aceea de a duce filmul în aer liber în toate orașele din România, cu scopul de a bucura și a transmite mesajele filmelor în randul câtor mai multe persoane.

Necesar de finanțare al asociației în 2018: **140.000 lei**

din care: **80%**
susținut de Kaufland România

Număr de proiecte susținute de Kaufland România în 2018: **2** / Caravana Cinemobilul / Ora de film

FORMA CONTRIBUȚIEI



Sponsorizare în bani
Participarea voluntară a angajaților Kaufland România la desfășurarea proiectului

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului



Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR



- 1. CE S-A SCHIMBAT?** *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profunditatea impactului*
1. Schimbarea atitudinii / comportamentului
Îmbunătățirea calității vieții
 2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului



Educație pentru mediu

Caravana Cinemobilul & Ora de film



Cinemobilul este cea mai accesibilă și creativă caravană de film din România. Totul a pornit de la un vis de a aduce experiența unui cinematograful persoanelor din cele mai izolate zone ale țării, în special copiilor care nu au mai avut ocazia de a vedea un film pe ecran mare.

Peste **15.000 de spectatori** din toată țara au participat la cele 78 de proiecții Cinemobilul cu intrare liberă. Publicul s-a bucurat de producții cinematografice lansate în ultimii 2 ani, unele premiate internațional, variate ca genuri artistice: de la film de aventură ("Odiseea" / "L'odyssée"), la film de animație ("Țestoasa roșie" / "La tortue rouge", "Berzele" / "Storks") sau documentar ("România neîmblânzită").

Pe harta caravanei Cinemobilul 2018 s-au aflat sate și orașe din 20 de județe: Cluj, Bihor, Satu-Mare, Maramureș, Bistrița-Năsăud, Timiș, Caraș-Severin, Hunedoara, Alba, Mureș, Sibiu, Suceava, Botoșani, Bacău, Galați, Buzău, Ilfov, Gorj, Vâlcea și Tulcea. Pentru majoritatea spectatorilor, proiecțiile Cinemobilul au fost prima ocazie de a vedea un film pe ecran mare, în aer liber. 500 de oameni au participat, în medie, la proiecțiile din orașe, iar unele evenimente au atras peste **1000 de spectatori** (Tulcea, Sighetu Marmației, Bistrița).

În cadrul caravanei, Cinemobilul a lansat și un program de educație cinematografică pentru elevii din mediul rural: "Ora de Film". Pentru elevii de la 29 de școli din țară, proiecțiile Cinemobilul din clasă au fost prima oară când au vizionat un film. În parteneriat cu Festivalul Internațional de Film Transilvania (TIFF), a fost proiectat filmul documentar "România Neîmblânzită" la aproape **800 de copii** din satele aflate în proximitatea Clujului, la doar câteva săptămâni de la lansarea oficială în cinematografe. Documentarul "România Neîmblânzită" a ajuns și la peste **1000 de copii** din satele aflate în vecinătatea orașului Tulcea și la elevii din 10 școli tulcene în colaborare cu Festivalul Internațional de Film despre Oameni și Mediu (Pelicam).

Colaborarea cu Kaufland România a fost foarte frumoasă, eficientă și promptă, de pe urma căreia toți cei implicați au avut de câștigat.

ALEXANDRU TUDOR BACIU
Președinte



FUNDAȚIA FILDERMAN PENTRU EDUCAȚIE, CULTURĂ ȘI ARTĂ

● *partener comunitar de tradiție*

viziune & misiune

Misiunea fundației este facilitarea unui dialog intercultural, implicarea tuturor factorilor interesați în activități de voluntariat, în vederea dezvoltării unui sistem de educație bazat pe valori, competențe și aptitudini.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:** **140.000 lei**

din care: **22%**
susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:** **2** / Femeia, al cincilea anotimp
/ Culorile Unirii Noastre

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profunditatea impactului*

1. Schimbarea atitudinii / comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Femeia, al cincilea anotimp

Evenimentul, desfășurat în perioada 8-10 martie 2018, a inclus concursuri, spectacole, oferirea de cadouri, inclusiv în căminele pentru persoane vârstice din București și Dorohoi.



Evenimentul a avut ca scop promovarea Femeii, indiferent de apartenență la etnie, religie sau statut profesional - modul în care se poate face utilă, în societate, dezvoltarea competenței, a spiritului civic.

Beneficiari direcți: peste **650 de persoane**.

Culorile Unirii Noastre

Fundația Filderman pentru Educație, Cultură și Artă și Federația Comunităților Evreiești din România – Cultul Mozaic, în parteneriat cu Departamentul pentru Relații Interetnice din cadrul Secretariatului General al Guvernului României, a organizat, în perioada 22 – 27 octombrie 2018, cea de-a III-a ediție a Taberei de pictură, la Iași: Proiectul Culorile Unirii Noastre - Tinerii artiști, martori ai viitorului.



32 de tineri artiști, elevi ai colegiilor de artă din Bacău, Buzău și Iași, îndrumați de profesori de arte plastice, au realizat lucrări, având ca subiect Centenarul – istorie, valori, oameni, patrimoniu, viitor. Lucrările au fost expuse în țară, la Vatican, Israel, Austria și Norvegia.

Tinerii – reprezentanți ai minorităților naționale și nu doar – elevi foarte talentați, au nevoie de promovare și ajutor pentru a-și realiza traseul profesional dorit, care să le asigure un nume și un loc în spațiul artistic național și internațional. Pe lângă atelierele de creație – pictură și grafică – organizatorii au propus tinerilor participanți, spre dezbateri, câteva subiecte importante: competență și competiție; arta ca formă de educație; viitorul meu începe azi – roluri și locuri; EU sunt Europa.

Proiectul face parte din strategia Federației Comunităților Evreiești din România și a Fundației Filderman, de promovare a dialogului intercultural, de formare și educare a tinerilor pentru un viitor comun mai bun, de cunoaștere și recunoaștere a valorii talentului autentic.

Printre companiile sau oamenii cu care am colaborat, de-a lungul celor opt ani de existență a Fundației Filderman, Kaufland România se remarcă prin vocația Binelui, prin interesul de a așeza binele social, cu tot ceea ce înseamnă el - de la educație, cultură, protecție socială și medicală la mediu și diversitate - pe o construcție temeinică.

Colaborarea cu Kaufland România, ajutorul financiar primit pentru derularea proiectelor Fundației, au conferit activităților noastre un plus de valoare și au ajutat la rezolvarea unor probleme sociale.

Într-un gest de normalitate și respect - mulțumim Kaufland România!



JANINA ILIE
Director Executiv

ASOCIAȚIA FĂLTICENI CULTURAL

● *partener comunitar de tradiție*

viziune & misiune

Obiectivele asociației sunt dezvoltarea spiritului creator și competitiv al tinerilor; oferirea unor metode alternative de petrecere a timpului liber; descoperirea unor tinere talente în arta teatrală; reînvierea municipiului Fălticeni ca centru cultural reprezentativ al României.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:** *200.000 lei*

din care: **35%**
susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:** *1 / Festivalul Internațional de Teatru
pentru Tineret "Gr. V. Birlic"*

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ? *impactul asupra ONG-ului*

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii / comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR? *impactul asupra mediului*

Nu este cazul



Festivalul Internațional de Teatru pentru Tineret „Gr. V. Birlic”

Cea de-a 8-a ediție a Festivalului Internațional de Teatru pentru Tineret „Gr. V. Birlic” s-a desfășurat în perioada 20-26 august 2018 la Fălticeni. Juriul festivalului a fost alcătuit din Cezara Dafinescu, Magda Catone, Ovidiu Cunceș, Brîndușa Novac, Lorette Enache și Mihaela Acatrinei, în timp ce juriul tinerilor a fost format din Ana-Maria Fasolă, Stela Cora, Daniel Popa, Cosmin Ștefan, Loreta Saviuc și Răzvan Conțu.



La eveniment au participat iubitori ai teatrului și nu numai, programul cuprinzând și mai multe lansări de carte, întâlniri cu personalități din domeniu, concurs de recitare poezie, teatru pentru copii, expoziții.

11 echipe de teatru din întreaga țară, cât și din străinătate, au fost selectate pentru a juca pe scena Centrului Cultural „Gr. V. Birlic” din Fălticeni. Printre acestea s-au

numărat trupa „Phantasia” din Craiova, trupa „Șapte” din Craiova, „InVers” din Chișinău, „Teen Act” din Piatra Neamț, „Difainii” din Iași, „Luminătorul” din Focșani, „Gong cARTe” din Râmnicu Sărat, „Masquerade” din Caransebeș, „Victoria Art”, „Cuibul Artiștilor Junior” din București și trupa „Protha” din Panciu.

Număr beneficiari: **2000 de persoane.**

Asociația Fălticeni Cultural este într-o relație excelentă de colaborare cu Kaufland România.

Kaufland România este sponsorul oficial al Festivalului Internațional de Teatru pentru Tineret „Gr. V. Birlic”, fiind cel mai important sponsor încă de la prima ediție a festivalului. Pentru plus valoare adusă Festivalului „Birlic”, Asociația Fălticeni Cultural mulțumește Kaufland România.

VASILE LIVIU MIHĂILĂ
Președinte

ASOCIAȚIA GREEN HOURS

● partener comunitar de tradiție

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:**

447.000 lei

din care:

11%

susținut de Kaufland România

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

1 / AFTER HOP - „Crud”

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*
1. Îmbunătățirea calității vieții
2. A generat o transformare



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Educație pentru mediu



AFTER HOP - "Crud"

Spectacolul CRUD a fost creat în cadrul proiectului cultural AFTER HOP, dezvoltat de Platforma culturală Frilensăr în perioada martie-iunie 2018, în parteneriat cu UNITER și Asociația Green Hours. Proiectul a beneficiat de o co-finanțare din partea Administrației Fondului Cultural Național și de sprijinul Kaufland România. AFTER HOP și-a dorit în primul rând să trateze într-o manieră modernă, plină de culoare și tehnici teatrale contemporane, subiectul Centenarului Marii Uniri, într-un an în care oferta teatrală privind acest subiect se adresează doar anumitor categorii de vârstă, publicul tânăr fiind neglijat.



CRUD este un spectacol semnat de Ștefan Lupu și Daniel Chirilă care vorbește într-o manieră modernă despre trăirile tinerilor din România ultimilor 100 de ani. Spectacolul este alcătuit din patru tablouri create în urma unei documentări istorice a echipei de creație asupra a patru încercări ale tinerilor ultimului secol, încercări recurente care se regăsesc și în societatea zilelor noastre. CRUD este un puzzle de emoții și realități ficționate prin dramaturgie, coregrafie și elemente vizuale, creat în jurul feminismului interbelic, cenzurii în teatru din perioada comunistă, revoltelor sociale din '89-'90 și a apatiei contemporane.

Spectacolul a avut 7 reprezentații în București, Iași și Cluj Napoca și a avut peste **670 de spectatori**.

Pentru al doilea an consecutiv, putem spune că o companie de răsunet a înțeles acțiunile Asociației Green Hours, răspunzând pozitiv apelului nostru de parteneriat. Cu ajutorul Kaufland România, grupul de tineri "Frilensăr" și Asociația Green Hours au putut desfășura la nivel profesionist și cu succes proiectul AFTER HOP și vă mulțumim cu această ocazie pentru sprijin și susținere.

VOICU RĂDESCU
Președinte

ASOCIAȚIA ARTA NU MUȘCĂ

○ partener comunitar nou

viziune & misiune

Misiunea asociației este aceea de a organiza cât mai multe evenimente culturale artistice și de a-i scoate pe oameni din mediul lor.

Necesar de finanțare al asociației în 2018: **227.850 lei**

din care: **35%**
susținut de Kaufland România

Număr de proiecte susținute de Kaufland România în 2018: **2** / Scrisori călătore în mijloace de transport / Vederi de la Untold

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

- Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
- S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul



Scrisori călătoare în mijloace de transport

Proiectul "Scrisori călătoare în mijloace de transport" presupune decorarea mijloacelor de transport cu scrisori caligrafice cu mesaje motivaționale. Inițiativa se desfășoară în 3 orașe, 3 mijloace de transport, câte 300 de scrisori caligrafice. În 2018, proiectul a avut loc în Craiova, pe 1 martie, în Timisoara, pe 6 martie și în Oradea, pe 8 martie.

Număr beneficiari: **900 de persoane.**

Vederi de la Untold

Principala activitate a asociației este scrierea caligrafică a mesajelor pentru persoane dragi, primite de la clienți. Odată scrise, sutele de scrisori se adună în cutia poștală "călătoare", iar apoi ajung la destinație.

În 2018, asociația a oferit **1000 de scrisori** celor care au participat la Untold.

Kaufland România este brandul care a crezut în ideea noastră, iar fără ajutorul lor nu am fi putut dezvolta proiectele asociației. Membrii echipei de CSR ne-au fost de mare ajutor, prompti, iar Anna Katharina Scheidereiter este un om deosebit, alături de care este o plăcere să lucrezi.

LOREDANA GEORGIANA MUNTEANU

Președinte

ASOCIAȚIA PENTRU RESPONSABILITATE SOCIALA PLAN B

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Asociația pentru Responsabilitate Socială PLAN B propune servicii pentru îmbunătățirea calității vieții, de la economie circulară la educație, mediu și sănătate.

**Necesar de finanțare
al asociației în 2018:** **1 mil. lei**

din care: **87%**

susținut de Kaufland România

**Bugetul susținut de Kaufland România a fost folosit pentru dezvoltarea proiectelor din categoriile Cultură și Sport & Sănătate*

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:** **1 / Portret de român**

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani



IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1. CE S-A SCHIMBAT? *tipul impactului*
2. CUM S-A SCHIMBAT? *profundimea impactului*

1. Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare



CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari



CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

impactul asupra mediului

Nu este cazul



Portret de român

Pe parcursul lunii decembrie 2018, interiorul Aeroportului Internațional Henri Coandă București (terminalele Sosiri și Plecări) a fost gazda unei expoziții inedite: Portret de român - o sută de povești de viață la o sută de ani de România - un proiect inițiat de Asociația pentru Responsabilitate Socială Plan B, susținut de Kaufland România.

Românii care au revenit în țară de Sărbători, cei care au plecat în vacanță peste granițe sau străinii care ne-au vizitat țara în luna Centenarului Marii Uniri au avut ocazia să observe îndeaproape nu mai puțin de 100 de români.



Acesta este portretul României în 100 de imagini surprinse, de-a lungul ultimelor luni, de fotografii Cristian Șutu, cu imagini ce redau chipurile semenilor noștri din toate zonele istorice ale țării în an Centenar și promovează poveștile de viață autentice. Expoziția a prezentat o Românie unită de oameni diferiți, cu povești diferite și îndeamnă la exprimare liberă, prietenie și comunitate. Inițiativa a adus arta aproape de oameni diferiți, venind în mijlocul lor, în locul în care începe o vacanță în străinătate ori în țară sau în spațiul în care îi așteaptă pe cei dragi din călătorii.

Număr beneficiari: **6000 de persoane.**

Respectul față de mediu, responsabilitatea socială, buna guvernare corporativă reprezintă baza colaborării de aproape doi ani dintre Kaufland România și Asociația pentru Responsabilitate Socială Plan B. Atenția acordată cauzelor problemelor sociale, nu doar efectelor, este punctul comun de lucru al Kaufland România și Plan B în vederea îmbunătățirii calității vieții. Deschiderea și promptitudinea demonstrată de companie față de propunerile de proiecte ale asociației sunt dovada că, pentru Kaufland România, comunitatea, resursele naturale, responsabilitatea și credibilitatea sunt linii de conduită și principii integrate în strategia sa de business.

OANA DUMITRIU
Președinte



ASOCIAȚIA FILM ȘI CULTURĂ URBANĂ

O partener comunitar nou

viziune & misiune

Asociația Film și Cultură Urbană (AFCU) a fost fondată în 2013 și are ca scop promovarea valorilor cinematografului românesc și europene.

Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:

1 / Concert Extraordinar Centenar

Concert Extraordinar Centenar

Pentru celebrarea Zilei Naționale a României, Kaufland România a susținut Concertul Extraordinar Centenar, o inițiativă a Asociației Film și Cultură Urbană. Spectacolul de muzică clasică a avut loc pe 30 noiembrie 2018 și a fost susținut de Orchestra Metropolitană București, la Casa de Cultură a Sindicatelor.

550 de spectatori în sala de concert și până la 25.000 de spectatori ai transmisiunii live pe contul de socializare al evenimentului au putut urmări Concertul Extraordinar Centenar de la Alba Iulia. O producție cu un nivel artistic și cultural ridicat, o ipostază inedită în peisajul evenimentelor artistice pe plan regional și național, cu un repertoriu care conturează zona de creație muzicală românească cultă. Programul acestui concert a plecat de la Rapsodiile enesciene, a trecut prin cunoscuta suită de valsuri Valurile Dunării și emblematica Baladă a lui Ciprian Porumbescu, trecând prin stilizările folclorice specifice lui Tiberiu Brediceanu și Ghelase Dendrino, pentru ca în final să ajungă în contemporaneitate prin orchestrațiile epice pe care Cristian Lolea le realizează pentru piesele „Lie Ciocârlie” și „Până când nu te iubeam”.

Un spectacol ce subliniază unitatea stilistică și muzicală a românilor din toate provinciile istorice, de acum, de ieri și dintotdeauna.



ASOCIAȚIA CULTURALĂ ARKADIA

○ *partener comunitar nou*

viziune & misiune

Asociația Culturală Arkadia are ca obiective principale inițierea, derularea și promovarea unor proiecte ce vizează sfera culturală, artistică și științifică, cu scopul de a atrage atenția asupra valorilor realizate cu seriozitate și pasiune.

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

1 / Arkadia ShortFest

Arkadia ShortFest



Ce-a de-a cincea ediție a Festivalului Internațional de film Arkadia ShortFest a avut loc în perioada 15-18 august 2018, pe plaja din Corbu, Județul Constanța.

Filmul care a deschis festivalul a fost "Loving Vincent", urmat de o selecție de scurt-metraje premiate la edițiile anterioare ale festivalului.

Ediția din 2018 a inclus 2 secțiuni: secțiunea competițională, dedicată filmelor studențești, și o secțiune în afara competiției. În cele 2 secțiuni au fost proiectate 23 de scurt-metraje (8 în secțiunea competițională și 15 în afara competiției). Filmele au fost realizate de regizori tineri din 12 țări: Spania, România,

Portugalia, Filipine, Franța, Belgia, Estonia, Slovacia, Iran, Ungaria, Brazilia și Marea Britanie.

Aceasta ediție a adus în festival și o secțiune specială, Focus: Academy of Performing Arts Bratislava (VSMU Bratislava) care reunește cele mai bune filme studențești din Slovacia.

Spațiul desfășurării festivalului a inclus și o zonă dedicată expozițiilor de artă contemporană, workshop-urilor și altor activități distractive prietenoase cu natura unei plaje sălbatice.

La festival au participat **2000 de persoane**.

ASOCIAȚIA DE DEZVOLTARE A FILMULUI ROMÂNESC

● *partener comunitar de tradiție*

viziune & misiune

Misiunea asociației este dezvoltarea și promovarea industriei de film din România prin diferite proiecte, atât pentru industrie, cât și pentru publicul larg.

**Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:**

1 / Fiesta del Cine

Fiesta del Cine



Fiesta del Cine este un maraton de filme scurte românești, iar evenimentul propune o altfel de interacțiune cu filmul, sub forma unui beach party, unde timp de o seară, filmul și muzica se împletesc. Experiența este completată de un spațiu amenajat pentru filme VR.

A doua ediție a festivalului a avut loc în data de 18 august 2018, pe plaja Shut Up Beach din Mamaia, Județul Constanța. Selecția celei de-a doua ediții Fiesta del Cine a reunit o varietate de stiluri și subiecte, pentru a reda publicului o imagine cât mai relevantă a producției de film de scurtmetraj din ultimii ani. Filmele alese au fost Offstage (regia Andrei Huțuleac), Misterul unui caz simplu (regia Vera Surățel), E.T. a fost aici (regia Ana Agopian) și Michelangelo (regia Anghel Damian). Scurtmetrajele, selecționate de Asociația de Dezvoltare a Filmului Românesc & ShortsUP, au fost introduse de actorul Victor Țăpeanu, care a moderat sesiunea de Q&A cu cineștii invitați. Regizoarele Vera Surățel și Ana Agopian au fost la întâlnirea cu publicul. Medeea Marinescu și fiul Luca Dăscălescu au susținut filmul Michelangelo, în care joacă amândoi. Regizorul Anghel Damian era la filmări pentru cel de-al doilea său scurtmetraj, leștean.

Proiecțiile au fost urmate de două concerte, ale trupelor Mihail și GOLAN.

600 de persoane au participat la ediția din 2018.

ASOCIAȚIA LUPII LIBERI

O partener comunitar nou

Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România

în 2018: **1** / Festivalul „Lupii liberi”

Festivalul „Lupii liberi”

În perioada 27-29 iulie a avut loc la Râșnov cea de-a V-a ediție a Festivalului „Lupii liberi”, eveniment dedicat iubitorilor muzicii rock și ai motociclismului.

La concertele care au avut loc pe Glăjerie au participat **5000 de oameni** pe parcursul întregului weekend plin de muzică, mâncare delicioasă și băuturi preparate cu măiestrie de barmani experimentați.

În cadrul „Festivalului Lupilor Liberi”, pe scenă au urcat nume consacrate ale rock-ului românesc, Vița de Vie, Zob sau Bucovina, dar și formații mai tinere.

ASOCIAȚIA ONE WORLD ROMANIA

O partener comunitar nou

Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România

în 2018: **1** / Festivalul One World Romania

Festivalul One World Romania

Cea de-a 11-a ediție a Festivalului Internațional de Documentar și Drepturile Omului One World Romania a avut loc în perioada 15-23 martie 2018 -10 zile pline dedicate drepturilor omului și filmului documentar, cu proiecții, dezbateri, expoziții, concerte și un spectacol de teatru. Între 17 și 23 martie, juriul festivalului, format din elevi de liceu, a vizionat o parte din filmele selecției, iar pe 24 martie a fost acordat singurul premiu al festivalului.

Ediția din 2018 a Festivalului a adus la București peste 70 de realizatori de film, protagoniști și specialiști în subiectele abordate de selecția festivalului care au participat la proiecțiile de film și dezbaterile organizate pe parcursul celor 10 zile, în cele 8 locații ale festivalului.

La festival au participat **13.000 tineri**.



ASOCIAȚIA UNTOLD

● partener comunitar de tradiție

Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:

1 / SOS Cazino

**Proiectele dezvoltate de Asociația Untold, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Educație, Cultură și Sport & Sănătate*

SOS Cazino

Organizatorii Festivalului Neversea au lansat campania "S.O.S Cazino", prin care să susțină salvarea Cazinoului din Constanța. În acest sens, organizatorii festivalului Neversea, alături de Primăria Municipiului Constanța au demarat în data de 18 iunie 2018, campania "S.O.S Cazino", prin care au susținut salvarea Cazinoului din Constanța. Inițiatorii au dorit să pună în valoare această clădire simbol a României, dar și să contribuie la procesul de salvare a clădirii.

Mai mult, pentru a vedea din atmosfera de odinioară a cazinoului, organizatorii au pregătit în site-ul neversea.com/sos-cazino și o experiență 360 despre cum arăta înainte și cum va arăta după, clădirea construită în 1910 și considerată o capodopera a stilul Art Nouveau în Europa.

Pe lângă inițiativa acestei campanii, organizatorii Neversea au dublat suma strânsă din donațiile făcute de către public.

Număr beneficiari: **250.000 de persoane.**



ASOCIAȚIA PENTRU MUZICĂ, ARTĂ ȘI CULTURĂ

● partener comunitar de tradiție

viziune & misiune

Încă de la înființare, organizația și-a dorit să reunească sub cupola Asociației pentru Muzică, Artă și Cultură artiști cu renume național și internațional pentru a putea oferi publicului român evenimente culturale de înaltă ținută.

Prin evenimentele pe care le organizează, asociația se adresează în general publicului larg, fără diferențe, melomanilor și iubitorilor de frumos, dar în același timp încercând să ajungă și la acel public care nu este cunosător, format, specializat pe muzică clasică.

Număr de proiecte
susținute de
Kaufland România
în 2018:

1 / Suflet în culori



Suflet în culori



În data de 31 martie 2018, pe scena Sălii Auditorium a Muzeului Național de Artă al României, Asociația pentru Muzică, Artă și Cultură și Asociația Help Autism, în colaborare cu Centrul Național de Artă Tinerimea Română, cofinanțat prin programul Europa Creativă al Uniunii Europene, cu sprijinul Kaufland România, a organizat cea de-a V-a ediție a evenimentului "Suflet în culori", concert caritabil în beneficiul copiilor cu autism.

Este cel de-al cincilea an în care Asociația Help Autism marchează Ziua Internațională a Conștientizării Autismului, 2 aprilie, prin intermediul evenimentului cultural menit să atragă atenția asupra problematicei autismului în România

și totodată să strângă fonduri pentru susținerea celor 500 de copii din asociație.

Concertul din 2018 s-a desfășurat într-o atmosferă specială, în cadrul Muzeului Național de Artă, cu artiști de talie internațională: soprana Rodica Vică, care a fost alături de acest eveniment încă de la prima ediție, ansamblul Musica Ricercata, condus de dirijorul Gabriel Bebeșelea, mezzosopra Andreea Iftimescu și baritonul Vlad Crosman.

Fondurile colectate din participarea la eveniment au fost direcționate către programele de terapie ale copiilor cu autism din cadrul de Asociației Help Autism.



©Paul Buciuța



©Paul Buciuța



5. ÎN STARE DE BINE

208	CULTURĂ
224	SPORT
232	VIAȚĂ SĂNĂTOASĂ

ÎN STARE DE BINE

Program pentru ONG-uri
susținut de Kaufland

În aprilie 2018 Kaufland România a lansat "În stare de bine", unul dintre cele mai mari programe de finanțare privată, ce a oferit granturi nerambursabile, în valoare totală de 1 milion de euro, organizațiilor neguvernamentale din România, pe parcursul anului 2018.

Programul susținut de Kaufland România a fost implementat de Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile și a presupun dezvoltarea de proiecte de către organizații neguvernamentale în beneficiul comunităților din România.

Programul a sprijinit activitatea ONG-urilor prin activități de creștere a capacității organizaționale și a colaborării dintre acestea. "În stare de bine" a urmărit astfel creșterea impactului și sustenabilității acțiunilor asociațiilor și fundațiilor, în beneficiul comunităților în care acestea își desfășoară activitatea.

Obiectivul programului a fost îmbunătățirea calității vieții locuitorilor din comunitățile rurale și urbane, prin

sprijinirea inițiativelor culturale, sportive și a activităților de promovare a unui stil de viață sănătos.

Abordarea programului a avut la bază trei direcții complementare:

1. Finanțare pentru proiecte derulate de ONG-uri în domeniile cultură, sport și viață sănătoasă.
2. Sprijin pentru dezvoltarea capacității organizațiilor în domenii precum comunicare, management de proiect, management financiar, scriere de proiecte, dezvoltare organizațională, etc.
3. Dezvoltarea comunității ONG-urilor sprijinite de Kaufland – un spațiu de interacțiune, inspirație, învățare reciprocă și schimb de bune practici între organizațiile care au beneficiat sau beneficiază de sprijinul Kaufland România.

În 2018, proiectele au fost derulate în 30 de județe și au implicat în mod activ peste 53.000 de beneficiari direcți (în special copii și tineri) și peste 100.000

de beneficiari indirecti. Ca prioritate specială, zona rurală a fost una dintre cele mai importante caracteristici ale programului, 46% din totalul proiectelor finanțate adresându-se comunităților și beneficiarilor din mediul rural.

Programul a fost unul adaptat organizațiilor neguvernamentale mici și mijlocii, oferindu-le, pe lângă finanțare, consultanță pentru derularea activităților din proiecte, precum și sprijin pentru dezvoltarea capacității organizaționale:

+ 6 sesiuni de promovare a programului

și informare privind modalitatea de aplicare (din care 5 cu transmisiune live pe Facebook), cu 89 participanți offline și 20.936 online;

+ 6 workshopuri pentru ONG-uri

(pe teme de comunicare, sport, dezvoltare organizațională, raportare și aspecte de management tehnic și financiar al proiectelor, hackathon de scriere de proiecte pe tematica drepturilor femeii), cu participarea a peste 130 de persoane din 65 ONG-uri în total;

Suma maximă a finanțării acordate pentru un proiect individual a fost de aproximativ **50.000 euro (235.000 lei)**.

Au existat trei apeluri de proiecte în aprilie, iunie și august 2018.

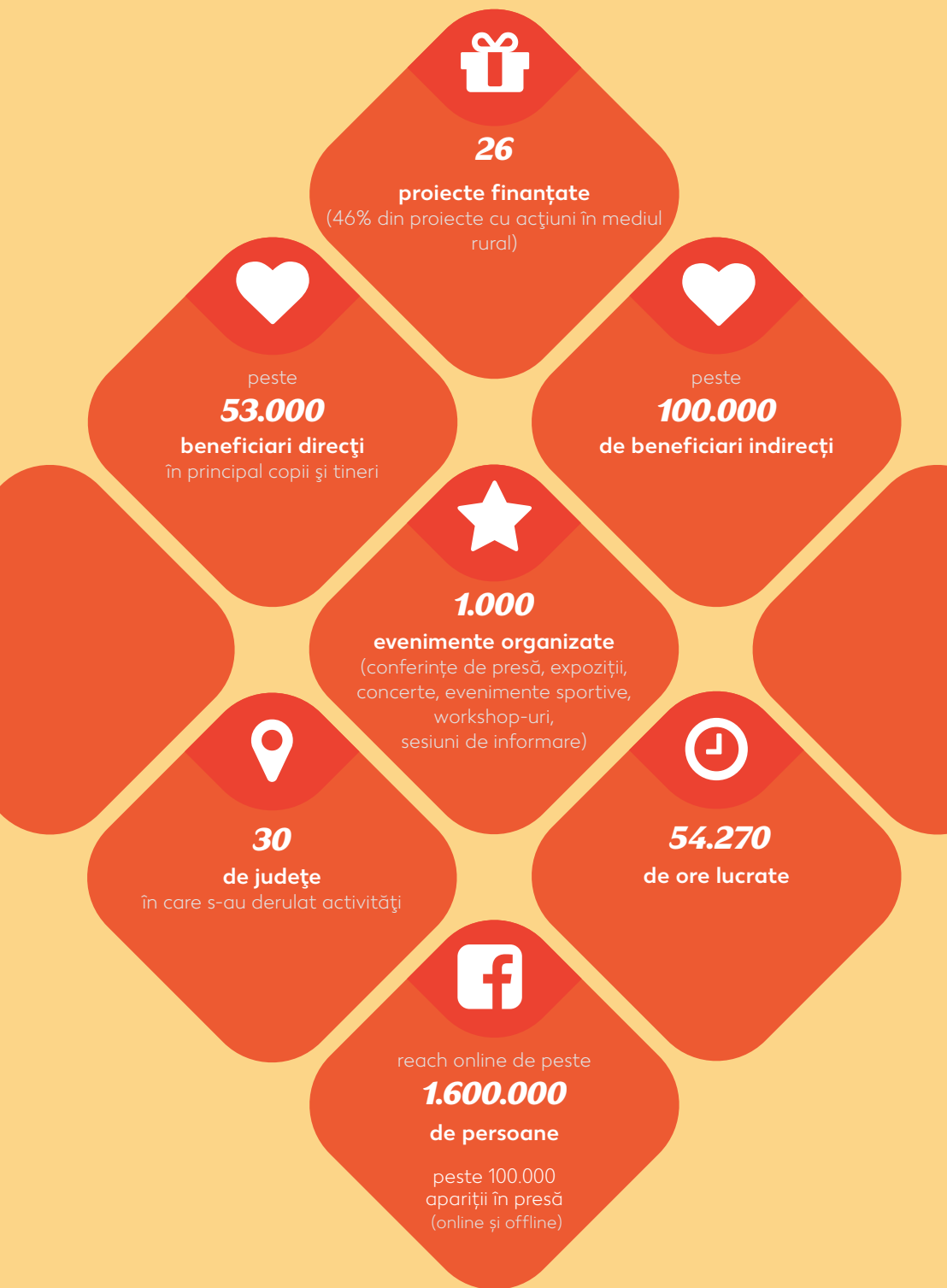
În total, **26 de proiecte** au fost finanțate în cadrul programului.

Apreciam foarte mult parteneriatul pe care îl avem cu Kaufland România, un parteneriat în adevăratul sens al cuvântului. Compania este atentă la provocările și realitățile cu care se confruntă sectorul neguvernamental românesc și are capacitatea de a înțelege și a interveni concret, eficient și sustenabil pentru a-l susține. Echipa Kaufland cu care lucrăm este una profesionistă, cu o viziune pe termen lung, ancorată însă în realitățile zilnice. Este, în același timp, umană și apropiată de organizații, ceea ce ne bucură și ne arată că mediul privat și în special Kaufland România este implicat în comunitate și o face nu doar la nivel declarativ, ci zi de zi, făcând diferența.



IONUȚ SIBIAN

Director Executiv
Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile



CULTURĂ

#ÎNSTAREDEBINE

209	Asociația Eurolife
210	Asociația FAPTE
211	Asociația PunctArt
212	Asociația Moara de hârtie
214	Asociația Centrul Multimedia Teatru Fix
216	Asociația Culturală Hai în Sat
217	Asociația Noi Re-Cream
219	Centrul Roman pentru Educație Artistică și Socială - CREAS
221	Asociația Cultura'n șură

ASOCIAȚIA EUROLIFE

Proiect: **Brâncuși360**

Buget susținut de
Kaufland: **77.294 lei**

Beneficiari: **4.916** persoane cu
vârsta între 18 și 55 ani

Aria
de desfășurare: **Târgu Jiu**

Perioada de
implementare: **iulie 2018 - februarie 2019**

Derulat de Asociația Eurolife, proiectul Brâncuși360 și-a propus să promoveze patrimoniu cultural și să-l valorifice pentru dezvoltarea zonei. Brâncuși360 promovează operele originale ale sculptorului Constantin Brâncuși prin realizarea unui tur în Realitatea Virtuală (filmări 360 grade) a complexului monumental Calea Eroilor din Târgu Jiu, care cuprinde Masa Tăcerii, Poarta Sărutului și Coloana Infinitului, folosind cele mai noi tehnologii.

Conținutul 360 grade în Realitate Virtuală este o oportunitate inedită de a crea experiențe captivante, memorabile, durabile și valoroase pentru vizitator. Experiența turului RV oferă un grad mare de interactivitate între opera de artă și public, dând vizitatorului sentimentul că se află la fața locului. Vizitatorul are posibilitatea unică de a viziona operele de artă din toate unghiurile posibile, creându-și propriul itinerar.

Obiectivul proiectului a fost dezvoltarea interesului turistic și cultural pentru ansamblul monumental Calea Eroilor Târgu Jiu și creșterea numărului de vizitatori reali, din întreaga lume.

ASOCIAȚIA FAPTE

Proiect: ***Classic Unlimited 2018***

Buget susținut de
Kaufland: ***234.999,95 lei***

Beneficiari: ***1.030*** de participanți la concerte,
persoane cu vârsta între 25-54 ani

Aria
de desfășurare: **București, Cluj-Napoca, Turda, Iași, Timișoara,
Sibiu, Mureș, Oradea, Brăila, Botoșani**

Perioada de
implementare: **august 2018 - februarie 2019**

Classic Unlimited este un turneu de promovare a muzicii clasice în rândul publicului larg. Împreună cu pianistul Bogdan Vaida, Asociația a dus muzica clasică în locații atipice, dar simple, în locuri specifice vieții de zi cu zi: în sedii de firmă, ateliere, cafenele, tipografii și sedii de bănci și a mizat pe familiaritatea locurilor și pe simplitatea evenimentelor pentru a ajunge la o audiență nouă, neobișnuită unor astfel de evenimente, promovând accesibilitatea și „normalitatea” muzicii clasice. În turneul de 15 concerte, asociația a ajuns în 8 orașe și la un public de peste 1000 de spectatori. Prin locațiile alese, prin formatul și gratuitatea evenimentelor

organizatorii și-au dorit să contribuie la diminuarea stereotipurilor „elitiste” din jurul acestui gen muzical și să îl promoveze ca pe unul accesibil oricui. Locațiile au fost atipice concertelor de muzica clasică, dar simple, încercând să redea contexte specifice vieții de zi cu zi, și astfel să ofere publicului nostru încrederea și degajarea necesară pentru a participa la un concert de muzică clasică. Mai mult de atât, artiștii au adaptat repertoriul muzical contextului și publicului fiecărei locații, înaintea fiecărei melodii au explicat ideea din spatele acesteia și i-au povestit spectatorului ce au urmărit compozitorii să transmită.

ASOCIAȚIA PUNCTART

Proiect: ***Muzeul Memoriei: exPO***

Buget susținut de
Kaufland: ***233.910 lei***

Beneficiari: ***1.918*** vizitatori,
dintre care 678 elevi de 10-18 ani

39 studenți și ***4*** profesori universitari participanți
la Întâlnirile Muzeul Memoriei Constanța

Aria
de desfășurare: **București, Constanța, Iași, Ploiești, Suceava**

Perioada de
implementare: **septembrie 2018 – februarie 2019**

„Muzeul Memoriei: exPO” este un proiect educațional și cultural destinat tinerilor, care și-a propus crearea unei expoziții spectacol, un univers multimedia, pentru a contura o comunitate interesată de păstrarea patrimoniului și valorificarea arhivelor de familie. Proiectul a propus celebrarea Centenarului într-o manieră personală și interactivă, pentru a răspunde la întrebarea: suntem noi memoria care se naște din cursul și parcursul istoriei gândite și trăite?

„Muzeul Memoriei: exPO” este o expoziție multimedia modulară, cu cel puțin 100 de imagini document, 5 înregistrări video, 15 reconstituiri sonore, 10 mărturii audio din perioada 1916 – 1919 din Arhiva Muzeului Memoriei, un proiect de cercetare început în iulie 2017 alături de 20 de specialiști-cercetători și voluntari. Expoziția a fost asamblată în București timp de 2 luni, de către o echipă interdisciplinară de specialiști, artiști și programatori și a fost expusă gratuit în București, Constanța, Iași, Ploiești și Suceava, câte o săptămână, pentru cel puțin 1000 de tineri.

Centrată în jurul conceptului de incertitudine, expoziția a introdus elemente din noile tehnologii. În cadrul expoziției a avut loc câte o discuție despre importanța memoriei, la care au fost invitați cel puțin 2 seniori din fiecare oraș, alături de cel puțin 40 de tineri și de partenerii proiectului. Mărturiile seniorilor au fost colectate, alături de cel puțin 100 de alte elemente, și transcrise parțial pe platforma proiectului.

ASOCIAȚIA MOARA DE HÂRTIE

Proiect: **Comunitățile
din Câmpia Română
(re)descoperă meșteșugurile**

Buget susținut de
Kaufland: **228.540,71 lei**

Beneficiari: **1029** elevi participanți la ateliere, din 7
comunități rurale

73 de cadre didactice participante la ateliere

114 adulți din 9 comunități participanți la șezători

Aria
de desfășurare: **Comana, Gogoșari, Putineiu, Stănești (jud. Giurgiu);
Fărcașele, Seaca (jud. Olt); Peretu, Țigănești, Vitănești
(jud. Teleorman)**

Perioada de
implementare: **iulie 2018 – februarie 2019**

Proiectul a urmărit valorizarea moștenirii culturale reprezentate de meșteșugurile tradiționale și transmiterea acestora către noile generații de elevi aparținând unor comunități rurale din Câmpia Română.

Prima etapă a fost cea în care s-au organizat șezători în comunități, cu scopul de a identifica meșteșugurile practicate în fiecare zonă. A urmat etapa în care cei peste 1500 de elevi din instituțiile implicate în proiect, dar și peste 100 de profesori, au participat la ateliere de meșteșuguri tradiționale fie în Satul meșteșugurilor din Comana, fie în cadrul școlilor. În ultima etapă școlile implicate au fost dotate cu echipamentele necesare continuării activităților practice pe termen lung (mini-războaie de țesut, mini-urzitoare, gherghefuri, mini-războaie pentru lucrul cu papura și truse pentru lucrul cu lemnul), în cadrul unor cercuri de meșteșuguri.

La finalul proiectului au fost organizate 6 expoziții cu obiecte vechi de artă populară din comunitate, cât și obiecte lucrate de către elevi în cadrul atelierelor și al cercurilor de meșteșuguri.



ASOCIAȚIA CENTRUL MULTIMEDIA TEATRU FIX

Proiect: **Re-GENERATOR**

Micro-festival de arte performative

Buget susținut de
Kaufland: **234.997,42 lei**

Beneficiari: **36** artiști independenți cu vârsta
cuprinsă între 23 și 36 ani

Aria
de desfășurare: **Iași**

Perioada de
implementare: **septembrie 2018 – februarie 2019**

Sub titulatura Re-GENERATOR. Micro-festival de arte performative (ediție pilot), Asociația Centrul Multimedia Teatru Fix răspunde unei nevoi crescânde de consum cultural a comunității locale. Oferta redusă de produse artistice contemporane, independente, precum și absența festivalurilor de teatru independent reprezintă principalele probleme identificate la nivel de comunitate și chiar de regiune. Scopul proiectului este crearea unui organism cultural independent care să genereze o tipologie de micro-festival performativ bianual, prin crearea unei infrastructuri de festival independente, diversificarea ofertei culturale locale, susținerea producției de noi conținuturi artistice și dezvoltarea publicului local.

În perioada 19-23 februarie a fost organizată ediția pilot a acestui festival. Cele 3 secțiuni ale micro-festivalului au fost artele spectacolului (spectacole de teatru, teatru-dans, performance), arte vizuale (pictură, sculptură, fotografie, video-art, street art etc) și experiment în muzică (orice grup sau artist independent/performer care experimentează cu fuziuni de sonorități și stiluri muzicale, instrumente neconvenționale sau neobișnuite). Au fost organizate 4 spectacole din cele 3 arii performative (teatru, dans, performance), 3 tipuri de experiențe muzicale, 2 expoziții de artă vizuală, 2 sesiuni de creație de 24 de ore, 2 workshopuri și mai ales întâlnirea dintre aproximativ 50 de artiști și creatori.



ASOCIAȚIA CULTURALĂ HAI ÎN SAT

Proiect: ***Hai în sat la Operă***

Buget susținut de
Kaufland: ***52.000 lei***

Beneficiari: ***637*** participanți la spectacole de operă
105 voluntari

Aria
de desfășurare: **Aghireșu, Baci, Corușu, Popești, Beliș, Mărișel,
Suceagu, Viștea, Sâncraiu, Mera (jud. Cluj)**

Perioada de
implementare: **octombrie 2018 – februarie 2019**

Problema principală pe care proiectul o abordează constă în lipsa contextelor cultural-artistice și de voluntariat din comunitățile rurale, alături de o slabă înțelegere și interacțiune a locuitorilor mediului urban cu aceste comunități. Scopul proiectului a fost acela de a genera o serie de evenimente care să ajute la promovarea culturii în comunitățile rurale și, în același timp, de a atrage interesul celor din mediul urban spre posibilitatea de a-și petrece mai mult timp în mijlocul satului.

Proiectul s-a derulat în colaborare cu artiști ai instituțiilor clujene Opera Națională Română și Opera Maghiară

și împreună cu studenți ai Academiei de Muzică Gheorghe Dima din Cluj-Napoca. Proiectul a constat în o serie de 10 reprezentații artistice pe o perioadă de 5 luni, în 10 locații rurale atent selecționate din raza județului Cluj: Aghireșu (fostă localitate industrială), Baci, Corușu, Popești (locații situate la 10 km de Cluj-Napoca), Beliș (zonă turistică importantă pentru județul Cluj), Mărișel (comuna cu cea mai mare suprafață locuibilă din România, totuși destul de izolată în munte), Suceagu (cu un profil multietnic de români, maghiari, rromi) și Viștea, Sâncraiu și Mera (locuitori majoritar de etnie maghiară).

ASOCIAȚIA NOI RE-CREAM

Proiect: ***TM&CJ Design Days***

Buget susținut de
Kaufland: ***118.750 lei***

Beneficiari: ***4.950*** vizitatori expoziții
1900 participanți la evenimente
(deschidere, închidere, prezentări de modă)
375 participanți workshop-uri/conferințe/talks
205 copii participanți la tururi ghidate
99 artiști expozanți

Aria
de desfășurare: **Cluj-Napoca, Timișoara**

Perioada de
implementare: **septembrie 2018 – ianuarie 2019**

Scopul proiectului a fost dezvoltarea comunității de tineri designeri de obiect și designeri vestimentari din Timișoara și din Cluj-Napoca, dar și din țară, prin susținerea producției și a mobilității operelor și introducerea designului într-o zonă mult mai conceptuală de exprimare a ideilor, prin sculpturalitatea obiectelor sau a hainelor. Designul este o formă de comunicare vizuală, iar TM&CJ Design Days 2018 a dorit să exploreze această calitate.

Proiectul TM&CJ Design Days a constat în două evenimente complexe ce s-au desfășurat în Timișoara și Cluj-Napoca, prin care a fost promovat și dezvoltat domeniul designului de obiect și al designului vestimentar în cele două orașe.

TM Design Days și CJ Design Days au cuprins fiecare:

- ✓ 1 expoziție care a reunit designeri de obiect și designeri vestimentari români
- ✓ 6 conferințe pe diverse teme specifice - discuții susținute de designeri, studiouri și arhitecți
- ✓ 3 workshopuri deschise publicului
- ✓ 1 prezentare de modă
- ✓ 3 tururi ghidate pentru copii

La fiecare expoziție au participat aproximativ 50-60 de designeri independenți cu produse originale de mobilier, corpuri de iluminat, obiecte decorative, ceramică, accesorii, bijuterii și haine, prezentate într-un context creativ și conceptual. Expozițiile au avut ca tematică DIALOGUL, iar obiectele au fost expuse în perechi, în funcție de felul în care între acestea se creează o conexiune la nivel formal, cromatic, conceptual sau conflictual.

În crearea scenografiei expozițiilor au fost utilizate oglinzi, pentru a pune și mai mult în evidență tematica.

Conferințele și workshopurile au fost construite pe subiecte de interes pentru persoanele din domeniu, dar și pentru publicul larg, iar tematicile acestora au fost construite în jurul tendințelor momentului, pe baza unui studiu al pieței de design din România raportată la cea internațională, studii de caz pe studiouri de design, utilizarea mediului online pentru construirea unui business creativ.

Prezentările de modă au continuat tema dialogului și au fost realizate în același stil experimental, folosind dansatori contemporani cu coregrafii improvizate în spații creative, independente, pentru prezentarea hainelor.

Tururile ghidate pentru copii au fost susținute de animatori socioeducativi, care au prezentat într-un mod ludic și interesant lumea creativă a designului.



CENTRUL ROMÂN PENTRU EDUCAȚIE ARTISTICĂ ȘI SOCIALĂ - CREAS

Proiect: *Pinocchio merge la școală!*

Buget susținut de Kaufland: *205.370 lei*

Beneficiari: **280** copii participanți la spectacol (din care 160 și la ateliere)

Aria de desfășurare: București, Jilava, Brănești (jud. Ilfov), Isvoarele (jud. Giurgiu), Sohatu (jud. Călărași), Lugoj, Nădrag, Fârdea, Sudriaș, Dumbrava (jud. Timiș)

Perioada de implementare: noiembrie 2018 – februarie 2019

Scopul proiectului a fost stimularea interesului elevilor pentru școală și pentru educație, prin redefinirea școlii ca centru cultural ce are ca activitate centrală educația. Prin intermediul spectacolului „Aventurile lui Pinocchio” și prin discuțiile purtate cu elevii în cadrul atelierelor de teatru forum s-a dorit ca aceștia să conștientizeze că prin educația dobândită în școală își pot clădi viitorul pe care îl doresc. Proiectul și-a propus să contribuie astfel la combaterea analfabetismului funcțional.

Proiectul s-a adresat elevilor și cadrelor didactice din zone defavorizate cultural (cartiere mărginașe) și a vizat combaterea abandonului școlar și reducerea analfabetismului funcțional, cu ajutorul educației prin teatru. Astfel, a fost dramatizat romanul „Aventurile lui Pinocchio”, de Carlo Gollodi, și s-a realizat un spectacol de teatru de păpuși ce a avut un principal mesaj concentrat pe importanța educației.

Spectacolul a avut 15 reprezentații în fața a cel puțin 1500 de elevi cu vârste între 6 și 12 ani, din 15 școli, cu o participare de aproximativ 100 elevi la fiecare reprezentație.

Fiecare reprezentație a fost urmată de câte 3 ateliere tip teatru forum, la care au participat aproximativ 35 de elevi. Actorii au purtat discuții libere cu elevii pe baza întâmplărilor din spectacol, s-au ales anumite momente cheie care decid soarta eroului și elevii au fost provocați să își imagineze cum ar continua povestea dacă eroul ar lua alte decizii. După ce s-a stabilit care ar putea fi urmarea deciziei luate, actorii au reinterpretat povestea din acel punct, improvizând și ducând povestea în direcția stabilită de elevi.

În felul acesta elevii au devenit conștienți de schimbările ce pot interveni în viața unui om în urma deciziilor acestuia.

În paralel, s-au organizat două sesiuni de ateliere pentru un număr de minim 30 de cadre didactice din școlile participante, care au fost inițiate în metode educaționale folosind exerciții din teatru, metode ce au putut fi aplicate apoi la cursuri, în cadrul programului „Școala Altfel” sau cu orice ocazie posibilă, pentru a stimula elevii.



ASOCIAȚIA CULTURA'N ȘURĂ

Proiect: *Cultura'n șură - Teatru pe șoseaua de centură*

Buget susținut de Kaufland: *65.500 lei*

Beneficiari: *310* participanți la spectacole

Aria de desfășurare: Ștefăneștii de Jos, Afumați, Bălăceanca, Glina, Berceni, Jilava, Popești-Leordeni, Clinceni, Domnești, Mihăilești (jud. Ilfov)

Perioada de implementare: noiembrie 2018 – februarie 2019

Scopul proiectului a fost creșterea accesului și înlesnirea participării persoanelor din mediul rural din proximitatea Bucureștiului la manifestări artistice de tip teatru. Nevoile culturale ale comunității rurale sunt deseori ignorate sau doar parțial adresate prin diverse programe de divertisment. Situația satelor aflate în proximitatea marilor orașe – București, de exemplu, nu este, din păcate, cu mult diferită din acest punct de vedere de cea a altor sate.

„CULTURĂ'N ȘURĂ. Teatru pe șoseaua de centură” a continuat un proiect demarat în anul 2013, care și-a propus să înscrie comunitățile sătești într-un circuit teatral profesionist, facilitând astfel accesul sătenilor la produse culturale de calitate.

În perioada noiembrie 2018 – februarie 2019 o echipă formată din profesioniști ai teatrului au vizitat 10 sate din județul Ilfov și au susținut reprezentația spectacolului „Doctor fără voie” de Molière în regia lui Victor Olăhuț, intrarea fiind gratuită. Ștefăneștii de Jos, Afumați, Bălăceanca, Glina, Berceni, Jilava, Popești-Leordeni, Clinceni, Domnești și Mihăilești sunt comunități în care proiectul nu a fost implementat până acum și care au putut beneficia gratuit de manifestări inedite și unice în peisajul cultural local: spectacole de teatru de calitate susținute chiar la ei în sat.

Comedia „Doctor fără voie” este potrivită oricărui tip de public, indiferent de vârstă și nivel de educație. Rolul culturii în dezvoltarea societății este esențial.

Teatrul nu este doar o formă de divertisment, ci și de educație, contribuind la creșterea calității vieții publicului. Distribuția a fost formată din actori cunoscuți ai tinerei generații: Marin Grigore, Ioana Rufu, Marius Costache, Iulian Gligă, Bogdan Costea, Lavinia Cosma, Florentina Năstase, Rodica Pașca. Spectacolul a fost desemnat „Cel mai bun spectacol într-un spațiu neconvențional” în cadrul Festivalului Internațional de Teatru „Atelier”, ediția 2018.

Specificul acestui proiect a fost dat de faptul că spectacolele s-au desfășurat într-un spațiu neconvențional – șuri, gospodării, sau spații alternative potrivite.



- 225 Asociația Clubul Sportiv Tandem Arena
- 226 Asociația Club Sportiv Velocitas
- 227 Asociația Clubul Sportiv Sport Promotion
- 228 Asociația FDP – Protagonisti în educație
- 229 Asociația Centrul Cultural al Romilor O Del Amenca
- 230 Asociația Club Sportiv Climb Again

ASOCIAȚIA CLUBUL SPORTIV TANDEM ARENA

Proiect: *Tandem BikeFland*

Buget susținut de
Kaufland: *235.000 lei*

Beneficiari: **23** sportivi cu dizabilități și **23** piloți valizi
participanți la Școala de vară

32 sportivi cu dizabilități și **32** piloți valizi
participanți la Campionatul Național de Tandem

301 elevi cu dizabilități participanți la
antrenamentele desfășurate în cele 6 licee pentru
nevăzători din țară

Aria
de desfășurare: București, Buzău, Cluj, Arad, Timișoara,
Târgu Frumos (jud. Iași)

Perioada de
implementare: iulie 2018 – februarie 2019

Scopul proiectului a fost acela de a oferi posibilitatea practicării ciclismului în tandem ca activitate de loisir și de performanță persoanelor cu deficiențe de vedere. Totodată, proiectul și-a propus organizarea unei școli de vară de inițiere în ciclism pentru tineri nevăzători, alături de tineri sportivi valizi, precum și a unei competiții naționale de paraciclism.

Nevoia identificată constă în sedentarismul crescut în rândul tinerilor cu deficiențe de vedere și posibilitățile reduse ale acestora de practicare a unor activități sportive.

Activități: achiziționarea și distribuirea a 15 biciclete tandem și a 30 seturi de echipamente de bicicletă către 6 licee de nevăzători din țară; organizarea unei școli de vară de paraciclism la Baza Sportivă Izvorani; desfășurarea antrenamentelor de masă în cadrul liceelor speciale pentru elevi cu deficiențe de vedere; organizarea unei competiții naționale de ciclism în tandem, Tandem BikeFland.

ASOCIAȚIA CLUB SPORTIV VELOCITAS

Proiect: *Cupa Pădurea Verde*

Buget susținut de Kaufland: *33.546 lei*

Beneficiari: **330** copii cu vârste între 1 și 14 ani participanți la activitățile sportive

Aria de desfășurare: **Dumbrăvița (jud. Timiș)**

Perioada de implementare: **iulie-septembrie 2018**

Proiectul și-a dorit să îi încurajeze pe cei mici să practice sportul în natură, să socializeze într-un mediu sănătos, cu cei de vârsta lor, și să se bucure de avantajele pe care le oferă mișcarea în aer liber. De asemenea, proiectul a vizat promovarea potențialului Pădurii Verzi în cadrul comunității locale.

Cupa Pădurea Verde este un eveniment format din două concursuri: un concurs de ciclism și un concurs de alergare, destinat copiilor cu vârsta cuprinsă între 1 și 14 ani și părinților sau aparținătorilor acestora. Au existat categorii de copii și categorii de familie, unde copiii au participat împreună cu un părinte. Aceștia au parcurs trasee de 4, respectiv 8 km în Pădurea Verde, iar copiii cu vârsta de până la 6 ani inclusiv s-au întrecut pe un traseu special amenajat în parcare Sălii Polivalente din Dumbrăvița.



ASOCIAȚIA CLUBUL SPORTIV SPORT PROMOTION

Proiect: *From the streets to the Olympics*

Buget susținut de Kaufland: *205.018 lei*

Beneficiari: **150** de copii 12-18 ani au participat la Bulut Hoops 3x3 Pro Camp
500 de elevi 7-18 ani au participat la Meet and Play with the Champions

Aria de desfășurare: **București**

Perioada de implementare: **iulie-octombrie 2018**

„From the Streets to the Olympics” este un proiect sportiv care și-a propus promovarea practicării sportului de către o categorie cât mai largă de populație, cu posibilitatea ca cei mai talentați să poată accede către marea performanță, folosind drept instrument cel mai popular sport urban de echipă din lume, baschetul 3×3.

Proiectul a constat în organizarea unor activități sportive care includ:

- ✓ Bulut Hoops presented by Kaufland – un curs de 5 zile în care peste 150 de copii sub 18 ani și 10 antrenori români au fost inițiați în baschetul 3×3 de către nr. 1 mondial (triplu campion mondial, triplu câștigător al FIBA 3×3 World Tour), Dusan Bulut din Serbia și echipa sa; acest curs s-a desfășurat în parcare magazinului Kaufland Mihai Bravu;
- ✓ Meet and play with the Champions presented by Kaufland – o serie de activități derulate pe parcursul a 2 zile, în care peste 500 copii și tineri au avut ocazia să-i întâlnească și să joace contra campionilor europeni (Bogdan Popescu și Angel Santana) și a vice-campioanelor europene (Gabi Mărginean și Sonia Ursu).

ASOCIAȚIA FDP – PROTAGONIȘTI ÎN EDUCAȚIE

Proiect: **SPORTRRROM**

Buget susținut de
Kaufland: **176.748 lei**

Beneficiari: **230** copii 6-14 ani și **32** părinți
301 adulți din comunitate

Aria
de desfășurare: **Iazu și Cojasca (com. Cojasca, jud. Dâmbovița)**

Perioada de
implementare: **septembrie 2018 – februarie 2019**

Proiectul „SPORTRRROM – Activități sportive pentru copiii din localitățile Cojasca și Iazu” a fost derulat de Asociația FDP – Protagonisti în educație în colaborare cu Primăria Cojasca și școlile gimnaziale, și a vizat creșterea calității vieții pentru un număr de peste 200 de copii, majoritatea romi, aflați în risc de abandon școlar, din două școli din localitățile Cojasca și Iazu, prin promovarea de activități sportiv-educative. Satele Cojasca și Iazu din județul Dâmbovița sunt localități care se confruntă cu populație majoritară de etnie romă, familii cu grad ridicat de sărăcie și atenție scăzută față de educație, sănătate, stil de viață sănătos, factori care mențin o rată masivă a abandonului școlar. Pornind de la experiența anterioară pe care Asociația FDP – Protagonisti în educație o are prin derularea programului Școala Socială Sportivă în București, în cartiere marginalizate, program de educație prin sport care funcționează de patru ani cu sprijinul DGASPC-urilor de sector, proiectul a prevăzut organizarea a două evenimente sportive în comunitate, antrenamente sportive săptămânale pentru elevi cu vârste cuprinse între 7 și 14 ani din clasele I – IV și V – VIII, din localitățile Cojasca și Iazu, trei antrenamente mixte părinți-copii și vizite socio-educative, pentru creșterea calității vieții copiilor din comunitate, îmbunătățirea prezenței școlare și creșterea interesului acestora față de educație. Proiectul și-a propus de asemenea sensibilizarea și implicarea comunității locale și a familiilor în dezvoltarea personală prin sport a copiilor selectați și promovarea unui stil de viață sănătos la nivelul comunității.

ASOCIAȚIA CENTRUL CULTURAL AL ROMILOR O DEL AMENCA

Proiect: **Sportul ne aduce împreună**

Buget susținut de
Kaufland: **83.370 lei**

Beneficiari: **418** elevi din ciclul primar și gimnazial, **23** adulți
beneficiari ai activităților sportive

99 beneficiari ai întâlnirilor din proiect

Aria
de desfășurare: **Slobozia, Andrășești, Manasia (jud. Ialomița)**

Perioada de
implementare: **septembrie 2018 – februarie 2019**

România se află pe ultimul loc în Europa în ceea ce privește practicarea sportului. Acest stil de viață are consecințe nu doar asupra sănătății, dar și asupra dezvoltării comunităților. Cele mai afectate comunități sunt cele dezavantajate. Nu e de mirare că în aceste comunități starea de sănătate este precară. În plus, există și o lipsă de solidaritate acută pentru rezolvarea problemelor comune ale comunității. În contrast, practicarea sportului de masă aduce beneficii nu doar din perspectiva fizică și psihică, dar și din punct de vedere al solidarității sociale.

În cadrul acestui proiect, Asociația a avut în vedere dezvoltarea spiritului de solidaritate și interacțiune socială între membrii comunităților dezavantajate, dar și între membrii comunităților și autoritățile locale, prin intermediul cărora să se pună bazele unor viitoare acțiuni comune de organizare comunitară, sportive sau de altă natură. Astfel, s-a avut în vedere, pe de o parte conștientizarea părinților din cele 3 localități (Slobozia – cartierul Bora, Manasia și Andrășești) privind rolul educativ al sportului, importanța mișcării și a sportului în menținerea unei stări de sănătate bune și clădirea personalității copiilor, iar pe de altă parte creșterea interesului a 400 de elevi pentru practicarea sportului, inclusiv educarea tinerilor în spiritul unui mod de viață activ, bazat pe practicarea regulată a exercițiilor fizice, dezvoltării trăsăturilor pozitive de caracter, a deprinderilor de comportare civilizată și a spiritului de fairplay într-o competiție sportivă.

ASOCIAȚIA CLIMB AGAIN

Proiect: *Cupa Națională de
Boulder Climb Again*

Buget susținut de
Kaufland: *78.500 lei*

Beneficiari: **70** copii cu deficiențe de vedere

Aria
de desfășurare: **Cupa a avut loc la București, însă participanții, care
sunt persoane cu deficiențe de vedere, provin din
toată țara, de la școlile speciale și din mediul rural**

Perioada de
implementare: **noiembrie 2018 – ianuarie 2019**

Pe 17 decembrie 2018, 70 de copii și tineri cu deficiențe de vedere proveniți de la cele 7 Școlile Speciale pentru Deficienți de Vedere din România și 30 copii și tineri tipici au participat la cel mai mare eveniment de incluziune prin escaladă organizat în România.

Sub deviza "Puternici Împreună", Asociația Climb Again a organizat un festival de activități sportive: escaladă pe perete vertical, activități specifice unui parc de aventură și tiroliană, ateliere de creativitate, orientare și terapie prin muzică, toate având ca beneficiari direcți copiii și tinerii cu deficiențe de vedere.

Participanții au fost împărțiți în echipe mixte (văzător - nevăzător) și toți copiii au experimentat cele trei circuite, sub supravegherea instructorilor din Lotul Național de Paraclimbing și a voluntarilor.



VIAȚĂ SĂNĂTĂOASĂ

#ÎNSTAREDEBINE

233	Centrul de Dezvoltare Curriculară și Studii de Gen: FILIA
234	Fundația Tineri pentru Tineri
235	Asociația Next Move
236	Fundația de Sprijin Comunitar Bacău
237	Asociația PAVEL
238	Asociația pentru Libertate și Egalitate de Gen - A.L.E.G.
240	Asociația EasyEco
241	Asociația Better Chance
242	Asociația SOS Satele Copiilor
243	Asociația Merci Charity Boutique
245	Asociația Lindenfeld

CENTRUL DE DEZVOLTARE CURRICULARĂ ȘI STUDII DE GEN: FILIA

Proiect: *Acționăm pentru sănătatea și siguranța femeilor!*

Buget susținut de Kaufland: *234.755 lei*

Beneficiari: **1.291** femei
(475 din mediu urban și 708 din mediu rural)

108 actori locali informați

Aria de desfășurare: București, Bacău, Focșani, Buzău, Ploiești, Pitești și comunitățile rurale din jurul acestor orașe

Perioada de implementare: septembrie 2018 – februarie 2019

1 din 3 femei din România se confruntă cu o formă de violență, 1 din 4 este agresată fizic sau sexual de partener, iar 75% dintre aceste cazuri rămân neraportate. În acest context Centrul Filia a organizat 84 de întâlniri cu peste 1000 femei din orașele Bacău, Focșani, Buzău, Ploiești, Pitești și București și comunitățile rurale din jurul acestor orașe, pentru a promova un stil de viață sănătos prin prevenirea și combaterea violenței împotriva femeilor și a problemelor de sănătate reproductivă și sexuală.

Violența împotriva femeilor și fetelor (violență în cuplu, violență sexuală, hărțuire sexuală la locul de muncă și în universități), alături de problemele privind sănătatea reproductivă și sexuală (comportament sexual, consimțământ, sarcina și alăptarea, cancer de col uterin, cancer mamar) afectează calitatea vieții, sănătatea și siguranța femeilor, și împiedică promovarea unui stil de viață sănătos la nivelul comunității. Pentru a răspunde la această problemă, proiectul și-a propus creșterea calității vieții pentru femei prin îmbunătățirea nivelului de informare și conștientizare cu privire la importanța unui stil de viață sănătos și metode de a-l obține, prin organizarea unor evenimente publice tematice.

FUNDAȚIA TINERI PENTRU TINERI

Proiect: ***Pentru fete și băieți***

Buget susținut de
Kaufland: **235.000 lei**

Beneficiari: **144** cadre didactice

31 specialiști/reprezentanți autorități

Aria
de desfășurare: **București și 8 județe: Botoșani, Iași, Brăila, Tulcea,
Dâmbovița, Ilfov, Brașov și Mehedinți**

Perioada de
implementare: **iulie 2018 – februarie 2019**

Proiectul „Pentru Fete și Băieți” reprezintă eforturile derulate de Tineri pentru Tineri, din ultimii 10 ani, de contribuție la creșterea accesului la educație și servicii adaptate dezvoltării unui stil de viață sănătos pentru toți copiii și tinerii din România, într-o abordare bazată pe dovezi din știință și cu respectarea drepturilor fundamentale ale omului.

Proiectul a urmărit îmbunătățirea nivelului de cunoștințe corecte, atitudini și comportamente responsabile și asigurarea dreptului la educație în acest domeniu pentru elevii de gimnaziu din București și 8 județe (urban, rural) într-o manieră integrată, științifică, participativă, prietenoasă, sustenabilă și în beneficiul familiei extinse, cu implicarea părinților.

Principalele obiective și modalitățile de atingere a acestora se referă la creșterea calității ofertei educaționale de gimnaziu pentru opționalul de Educație pentru Sănătate și disciplină Orientare și Dezvoltare personală, prin elaborarea unui pachet integrat (formare, auxiliare didactice) diferențiat pe nivelul de dezvoltare al elevului, îmbunătățirea competențelor specifice de predare pentru cadrele didactice, contribuind astfel la creșterea nivelului de cunoștințe corecte, atitudini și comportamente responsabile pentru minim 4200 elevi de gimnaziu.

În plus, proiectul a urmărit dezvoltarea parteneriatului școală – comunitate, prin implicarea părinților/membrilor familiei în cele 36 de comunități, prin evenimente organizate de cadrele didactice, voluntarii fundației și cu participarea elevilor.

ASOCIAȚIA NEXT MOVE

Proiect: ***Bilet spre Adolescență***

Buget susținut de
Kaufland: **234.865 lei**

Beneficiari: **390** adolescenți

45 părinți

26 profesori

Aria
de desfășurare: **Bacău, Roșiori, Căiuți, Zemeș (jud. Bacău)**

Perioada de
implementare: **septembrie 2018 – februarie 2019**

„Bilet spre Adolescență” s-a derulat în patru comunități din județul Bacău și a avut ca scop promovarea unui stil de viață sănătos în rândul a 400 de adolescenți din patru comunități din județul Bacău: municipiul Bacău și comunele Roșiori, Zemeș și Căiuți.

Principalele activități ale proiectului:

- ✓ Program de educație pentru adolescenți, care a conținut trei module: Viață sănătoasă (reguli de igienă, alimentație și sport); Adolescența și relațiile cu ceilalți; Siguranța relațiilor pe internet – riscuri și metode de prevenire a pericolelor;
- ✓ Program de training de tip peer-to-peer pentru 24 de adolescenți care, la rândul lor, vor deveni traineri pentru colegii lor și vor putea continua activitățile și după încheierea proiectului;
- ✓ Sesiuni de training cu părinții și profesorii.

FUNDAȚIA DE SPRIJIN COMUNITAR

Proiect: ***Tineri educați = viitor sănătos!***

Buget susținut de
Kaufland: **211.900 lei**

Beneficiari: **950** copii, **50** tineri
85 voluntari

Aria
de desfășurare: **Bacău, Stănișești, Motoșeni, Podu Turcului, Corbasca,
Dealul Morii (jud. Bacău)**

Perioada de
implementare: **septembrie 2018 – februarie 2019**

Proiectul a oferit copiilor și tinerilor săraci din mediul rural și orașul Bacău activități educative nonformale menite să-i ajute să dobândească cunoștințele și deprinderile necesare pentru a crește și trăi sănătos și în armonie cu ei înșiși și cei din jur, să depășească diferențele sociale și educaționale față de colegii lor din oraș, să își dezvolte abilități de viață independentă și de succes.

Proiectul propus răspunde la nevoia de servicii educaționale, de dezvoltare personală și de stimulare a copiilor ce trăiesc în satele sărace din estul județului Bacău. Acești copii provin din familii cu venituri modeste, sunt privați de o copilărie frumoasă și sănătoasă, care să le asigure un viitor mai bun.

Fundația de Sprijin Comunitar a activat prin proiect o echipă mobilă de specialiști (psiholog, asistent medical, medic, asistent social), care i-au educat pe copii pentru o viață sănătoasă și activă, pentru prevenirea unor pericole, dar și pentru a acționa în caz de urgențe care pot apărea acasă sau la școală. Tinerii susținuți cu burse educaționale pentru a veni la liceu în oraș au beneficiat de sesiuni de dezvoltare personală și sesiuni practice de gătit sănătos.

Proiectul a avut un caracter inovativ și a abordat concepte de viață sănătoasă cu bugete mici. Pentru susținerea activităților din proiect, echipa de specialiști a realizat un set de patru broșuri, care au acoperit următoarele subiecte: Ce fac în caz de urgență?; Sunt adolescent! Eu cu cine vorbesc?; Fără perdea... despre adicție; Oglindă, oglinjoară, cine-i cel mai sănătos din școală?. Aceste broșuri au însoțit sesiuni de jocuri și discuții susținute de echipa copiilor de vârstă școlară din școlile comunelor vizate. Copiii cei mai activi au fost recompensați prin premii și participarea la o excursie.

ASOCIAȚIA PAVEL

Proiect: ***O comunitate sănătoasă,
un viitor sănătos!***

Buget susținut de
Kaufland: **106.000 lei**

Beneficiari: **96** copii
94 părinți/apartinători

Aria
de desfășurare: **București**

Perioada de
implementare: **septembrie 2018 – februarie 2019**

În prezent, în România există peste 80.000 de persoane diagnosticate cu cancer, dintre care 6.000 sunt copii și tineri. În rândul comunității cu cancer nu există servicii de suport în ceea ce privește sănătatea mentală, emoțională, igienă, nutriție adecvată, sprijin material, juridic și informațional, oferite de stat. Din experiența de 22 de ani a Asociației P.A.V.E.L., s-a demonstrat că sprijinul adecvat, primit direct sau indirect, poate duce la salvarea vieții și depășirea unui diagnostic crunt, fiind la fel de important ca tratamentul medical.

Proiectul și-a propus astfel să ofere servicii directe de suport și informare cu privire la sănătatea mentală și emoțională, nutriție și igienă pentru copii și tineri cu cancer și părinții acestora, internați la Institutul Oncologic București și Institutul Clinic Fundeni, să publice prima carte complexă de suport oncologic, sub formă de ghid, să creeze o echipă de 20 de voluntari (foști pacienți sau diverși specialiști) la nivel național, crescând astfel șansele lor la o viață sănătoasă și supraviețuire pe termen lung. De asemenea, s-a avut în vedere creșterea nivelului de informare cu privire la sănătatea mentală/emoțională, igienă și nutriție în cazul unui diagnostic oncologic.

ASOCIAȚIA PENTRU LIBERTATE ȘI EGALITATE DE GEN - A.L.E.G.

Proiect: ***Festivalul egalității de gen***

Buget susținut de
Kaufland: **28.340 lei**

Beneficiari: **35** de voluntari prezenți la sesiunile de formare (liceeni, cu vârste între 15-18 ani), organizate de un formator specializat în tematica de gen

400 de liceeni beneficiari de informare în licee

41 de beneficiari la spectacolul de teatru și dezbateri MimeBassCover

175 de beneficiari ai spectacolului de Teatru Forum și dezbateri, dar și **11** elevi actori voluntari

24 de beneficiari Teatru Ziar și dezbateri, dar și **3** cadre didactice, implicați direct în activitate prin jocuri de rol și exerciții practice

58 de beneficiari GENerații la Ziarul Orizontal, ce au creat mesaje creative care mai apoi au fost transcrise de către ei pe Ziar, cu ajutorul artistului Dan Perjovschi

10 de participanți la concursul de MEME-uri și peste **250** de elevi cu care am dialogat în expozițiile din licee

100 de tineri au interacționat cu cele 12 cărți vii prezente la atelierul de Biblioteca Vie

150 de beneficiari direcți ai acțiunii stradale A.L.E.Ge-ți cuvintele și peste 30 de voluntari implicați în realizarea de mesaje pozitive cu ajutorul literelor din polistiren

56 de consilieri școlari și cadre didactice prezente la proiecția de film "Ți-am spus că am fost abuzată"

18 de femei (mame) prezente la atelierul și la dezbateri despre relații sănătoase, corp și sexualitate

Aria
de desfășurare: **Sibiu**

Perioada de
implementare: **septembrie-noiembrie 2018**

Festivalul Egalității de Gen este o campanie de conștientizare, realizată anual de tineri pentru alți tineri, prin care se încurajează schimbarea socială prin expunerea la diferite forme de educație. Scopul principal a fost promovarea vieții sănătoase în rândul a aproximativ 1000 de tineri (fete și băieți din Sibiu și localitățile din jur), prin conștientizare și educație privind relațiile sănătoase, bazate pe egalitate de gen și respect reciproc. Proiectul a contribuit la prevenirea primară a violenței între parteneri, prin intervenția la nivel de școală și comunitate, și la combaterea stereotipurilor despre femei și bărbați, care conduc la violență și discriminare sau sunt folosite pentru a le justifica.

Activitățile întreprinse sunt din sfera educației non-formale și a educației de la egal la egal (realizată de tineri pentru alți tineri, mărind șansele ca mesajele să fie acceptate): formarea tinerilor voluntari, derularea de către aceștia de sesiuni de informare pentru colegii lor, proiecții de film urmate de dezbateri, ateliere de teatru forum care stimulează implicarea spectatorilor în rezolvarea conflictului din piesă, concurs de meme-uri, atelier de Biblioteca Vie. Intrarea la toate activitățile a fost gratuită, promovarea s-a făcut în școli, universități, în medii online și prin mass-media, facilitând accesul unui număr cât mai mare de persoane, în special tineri.

ASOCIAȚIA EASYECO

Proiect: **Centrul de bine** (SANO POP-up Ferentari)

Buget susținut de Kaufland: **235.000 lei**

Beneficiari: **162** de elevi de 11-15 ani
20 de tineri de 15-21 ani, **35** adulți

Aria de desfășurare: **București**

Perioada de implementare: **octombrie 2018 – februarie 2019**

Cartierul bucureștean Ferentari se confruntă cu o serie de probleme legate de consum de droguri, maternitate adolescentină și boli cronice, context accentuat de lipsa educației, discriminarea pe motive economice și etnice, somajul și neocuparea, precum și de lipsa măsurilor de intervenție din partea autorităților locale și centrale.

Nevoia identificată, pe care acest proiect și-a propus să o abordeze, a fost a unui orizont de dezvoltare a populației din Ferentari într-o direcție sanogenetică, vizând prevenirea și reducerea consecințelor negative pentru sănătate a unor tipuri psihocomportamentale influențate de mediu (factori psihologici, sociali, economici și familiali). În acest sens, proiectul și-a propus dezvoltarea comportamentelor sanogenetice la nivelul populației din cartierul Ferentari, prin dezvoltarea de programe și accesul la programe de educație pentru profilaxia bolilor infecțioase, a afecțiunilor somatice, pentru prevenția consumului de alcool și droguri a copiilor și tinerilor din Ferentari, precum și de profilaxie primară, secundară și terțiară în domeniul psihologiei sănătății a locuitorilor adulți.

Pentru realizarea obiectivelor sale, proiectul a propus înființarea unui centru de promovare a comportamentelor sanogenetice în cartierul Ferentari, de tip pop-up (temporar, cu potențial replicabil) – Centrul de Bine, care a găzduit activități tematice pe baza curiculelor dezvoltate, pentru elevi și tineri (Ora de Dirigiență și ateliere tematice lunare), precum și servicii de informare și consiliere în domeniul psihologiei sănătății pentru locuitorii adulți din Ferentari.

ASOCIAȚIA BETTER CHANCE

Proiect: **Caravana Pasta și Periuța**

Buget susținut de Kaufland: **92.500 lei**

Beneficiari: **680** copii
32 cadre didactice
1.300 părinți

Aria de desfășurare: **Buzău, Pogoanele, Poșta Câlnău (jud. Buzău)**

Perioada de implementare: **noiembrie 2018 – februarie 2019**

Studiile de specialitate relevă faptul că tot mai mulți copii au probleme în dentiție încă de la vârsta de 2-3 ani. Orice afecțiune apărută la dinții de lapte poate avea consecințe serioase asupra dinților definitivi, cu repercursiuni în viața adultă. În consecință, părinții trebuie să fie informați despre aceste riscuri și despre metodele de prevenție și igienă orală.

Scopul proiectului a fost acela de a transmite mesajul de igienă atât către părinți, cât și către copiii de grădiniță. Proiectul a organizat vizite în grădinițele din municipiul Buzău și localitățile rurale din județul Buzău, în cadrul cărora a

prezentat regulile de igienă a dinților și principiile unei alimentații echilibrate, care să nu afecteze sănătatea acestora.

Au fost vizate 13 grădinițe din județul Buzău, unde au fost oferite copiilor paste și periuțe de dinți și au fost exersate împreună metodele de periaj și jocuri tematice. În cadrul proiectului au fost atrași medici stomatologi voluntari din proximitatea grădinițelor vizitate, care au oferit copiilor controale gratuite. Părinții au primit pliante cu informații despre proiect și un calendar de periaj, împreună cu vouchere de control gratuit.

ASOCIAȚIA SOS SATELE COPIILOR

Proiect: *Copii sănătoși pentru o comunitate sănătoasă!*

Buget susținut de Kaufland: **134.400 lei**

Beneficiari: **150** de copii
73 de părinți

Aria de desfășurare: Chirpar, Vurpar (jud. Sibiu), Hemeiș, Gârleni, Racova (jud. Bacău), Buftea (jud. Ilfov), București

Perioada de implementare: noiembrie 2018 – februarie 2019

Educația pentru un stil de viață sănătos trebuie să înceapă din familie. Părinții nu au informații despre aceste subiecte și, mai mult decât atât, nu au nici mijloacele educaționale necesare, iar riscurile pe termen lung pot fi majore (obezitate sau malnutriție, diabet, boli cronice care au impact major asupra dezvoltării copilului). În zonele rurale, unde asociația acționează, situația este și mai complicată. Astfel, din observațiile asociației, în comunitățile în care aceasta lucrează, copiii nu au o dietă echilibrată, nu iau micul dejun, consumă produse înalt procesate, sucuri acidulate cu mult zahăr, produse cu valoare nutritivă mică, iar la aceasta se adaugă consumul scăzut de fructe și legume. Aceste constatări sunt confirmate și de raportul național COSI 2017, precum și de analizele de situație elaborate la nivelul fiecărui județ. Proiectul propus a contribuit la creșterea nivelului de conștientizare a părinților și copiilor cu privire la semnificația conceptului de stil de viață sănătos și la crearea premiselor pentru adoptarea unor comportamente adecvate prin intermediul implicării părinților și copiilor (atelieri tematice: nutriția copilului, igiena copilului, activitate fizică, odihnă și consumul de substanțe interzise, activități comune, excursii motivaționale, concursuri de desene având tematica viață sănătoasă). De asemenea, proiectul a pus accent pe creșterea nivelului de implicare a autorităților în promovarea unui stil de viață sănătos.

ASOCIAȚIA MERCİ CHARITY BOUTIQUE

Proiect: *Educație și prevenție pentru sănătatea orală a copiilor din medii defavorizate prin Zâna Merciluță*
– cabinet stomatologic mobil

Buget susținut de Kaufland: **130.840 lei**

Beneficiari: **342** copii

Aria de desfășurare: Cerat, Urzicuța, Lipovu (jud. Dolj), București

Perioada de implementare: noiembrie 2018 – februarie 2019

În România un copil din zece nu s-a spălat niciodată pe dinți. În total, sunt 400.000 de copii care nu au pus mâna pe o periuță și nu știu ce gust are pasta de dinți, deși 75% dintre copiii cu vârste între 6 și 11 ani au carii la dinții temporari și 39% la dinții definitivii.

Motivele pentru care copiii nu se spală pe dinți variază: lipsa de educație a părinților care nu se spală pe dinți și nici nu încurajează copilul să o facă; părinții nu își permit pasta și periuța pentru copii; copiii nu se spală cu regularitate pentru că nu știu cu ce frecvență trebuie să efectueze periajul dentar etc. De asemenea, situația accesului la servicii de medicină dentară în mediul rural este dramatică: în 9 din 10 sate nu există cabinete stomatologice.

Scopul proiectului a constat în schimbarea atitudinilor și a comportamentului referitor la igiena dentară a peste 300 de copii cu vârste între 4-14 ani, prin acțiuni care au urmărit:

- ✓ Schimbarea atitudinilor și a comportamentului referitor la periajul dentar prin conștientizarea importanței periajului dentar efectuat de 2 ori/zi și învățarea tehnicii de realizare a unui periaj dentar corect și practicarea constantă a acestuia;
- ✓ Prevenirea cariilor prin: periaj dentar profesional, fluorizare și sigilări dentare („salvarea dinților sănătoși”).
- ✓ Experiment pilot: În fiecare zi de școală, după pauza de masă, sub supervizarea unui cadru didactic, fiecare copil s-a spălat pe dinți folosind pasta și periuța oferite gratuit fiecărui copil. Cadru didactic a verificat dacă periajul este corect cu ajutorul pastei Plaque HD (zona neperiată se colorează) și a înregistrat evoluția fiecărui copil într-o fișă de observație care a fost transmisă săptămânal echipei de proiect, timp de o lună. Echipa a monitorizat colectarea și analiza rezultatelor.



ASOCIAȚIA LINDENFELD

Proiect: *Ajungem Mari și Sănătoși*

Buget susținut de Kaufland: *41.500 lei*

Beneficiari: *200 copii și tineri*

Aria de desfășurare: *București, Galați, Constanța și Buzău*

Perioada de implementare: *noiembrie 2018 – februarie 2019*

Copiii și tinerii din centre de plasament sau medii defavorizate sunt foarte vulnerabili și expuși multor riscuri din cauza sărăciei, comportamentului specific traumei și lipsei de informare despre igienă și corpul uman. Ei au nevoie de un context adaptat și de susținere, astfel încât să își însușească informații, să conștientizeze, să își schimbe atitudinerea și comportamentul. Prin programul educațional Ajungem MARI, peste 1300 de voluntari susțin săptămânal ateliere și cursuri în centrele de plasament din București și 24 de județe și sprijină peste 2000 de copii și tineri cu vârste între 4 și 20 de ani.

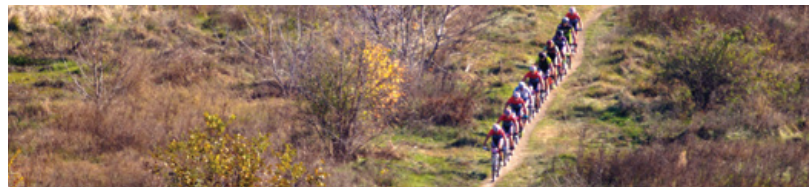
Începând cu ianuarie 2019, timp de șase săptămâni, voluntarii Ajungem MARI au desfășurat ateliere de educație pentru sănătate în centrele sociale și de plasament pentru peste 200 de copii și tineri din București, Galați, Constanța și Buzău. Atelierele au avut la bază 3 suporturi de curs adaptate pe 3 categorii de vârstă (5-9 ani, 10-13 ani și 14-20 de ani), create alături de specialiști în educație pentru sănătate și psihologi. Copiii au primit câte o broșura cu cele mai importante informații, dar cel mai important este că voluntarii care au susținut atelierele le rămân alături și îi vizitează în continuare săptămânal, iar copiii le vor mai putea adresa întrebări pe parcurs.

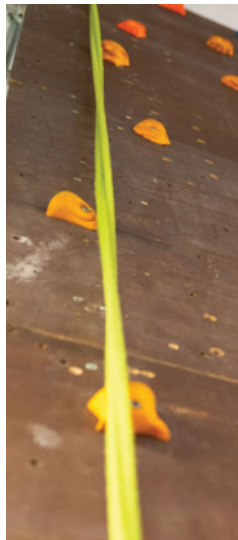
Copiii și tinerii au fost foarte încântați de ateliere, au fost deschiși, curioși, interesați, au pus întrebări și au descoperit o mulțime de lucruri noi. Pe lângă îmbunătățirea cunoștințelor, atelierele i-au ajutat pe copii și tineri să își schimbe atitudini legate de igienă, obiceiuri sănătoase, nutriție, stereotipuri de gen, protecție și contracepție. Copiii și tinerii au devenit mai curioși, mai deschiși, mai siguri pe ei și mai conștienți de pericolele la care se pot expune.

Voluntarii care au susținut atelierele au participat mai întâi la 16 ore de training alături de psihologul Beatrice Batog, care le-a explicat ce să le transmită copiilor în funcție de categoria de vârstă. Cheia succesului proiectului a fost relația de prietenie, respect și încredere pe care copiii o aveau cu voluntarii dinainte de începerea atelierelor.

Proiectul a fost pilot și va putea fi continuat în alte 21 de județe în care se desfășoară programul Ajungem MARI.











Raport de Investiții Comunitare
Kaufland România 2018