DE LA PROVOCĂRI LA OPORTUNITĂȚI

Investiții durabile pentru un viitor mai bun

Implicarea face diferența.

Kaufland

Raport de Investiții Comunitare Kaufland România 2019

CUPRINS

01

INTRODUCERE | 5

Despre raport | 7

02

RESPONSABILITATE SOCIALĂ | 8

Ce ne ghidează:

Pilonii reponsabilității sociale | 8

Stakeholderi și aflieri | 10

Susținerea obiectivelor de dezvoltare durabilă ale Global Compact | 10

Susținerea stakeholderilor strategici ai companiei | 14

03

ABORDAREA NOASTRĂ | 16

Strategia de investiții comunitare a Kaufland România | 16

Organizare și eligibilitate | 17

04

INVESTIȚIA NOASTRĂ COMUNITARĂ 2019 | 18

05

PROIECTELE NOASTRE | 23

Cuvânt înainte | 24

Educație | 28

Mediu | 52

Social | 90

Sport&Sănătate | 164

Cultură | 214

06

PROGRAME DE FINANȚARE | 253

În Stare de Bine | 254

Start ONG | 262

INDEX | 270

INTRODUCERE

Kaufland este una din cele mai mari companii de retail din Europa, parte a Grupului Schwarz, cu peste 1300 de magazine în 8 țări.

Cu o vechime de 14 ani în țară, Kaufland este liderul pieței de retail din România și operează un număr de 127 magazine în 2019.

Implicarea face diferența.

Kaufland

Implicarea în comunitățile în care activăm a fost mereu o prioritate, iar aceasta a crescut constant, odată cu dezvoltarea activității companiei noastre.

În 2019, am continuat să susținem dezvoltarea celor cinci direcții strategice de investiție în comunitate și ne-am implicat în proiecte ce vizează educația, protecția mediului înconjurător, teme sociale, sport & sănătate și cultura.

Ne-am implicat atât în proiecte de anvergură, implementate de parteneri de tradiție, cât și în proiecte noi, dar care au avut un scop comun – susținerea celor care au nevoie cel mai mult de ajutorul nostru.

DESPRE RAPORT

Acesta este al patrulea raport de investiții comunitare al Kaufland România. Raportul analizează investițiile comunitare ale companiei și prezintă integrat inițiativele sociale aferente anului 2019.

Pentru prima dată, raportul prezintă date aferente anului financiar 2019, luând în calcul inclusiv lunile ianuarie-februarie 2019, pentru a se putea alinia raportării non-financiare pe care compania o face anual. Astfel, informațiile prezentate acoperă perioada 1 ianuarie 2019 – 28 februarie 2020. Proiectele finanțate în primele două luni ale anului 2020, dar care nu au fost încă implementate sau sunt în curs de implementare vor fi prezentate în raportul de investiții comunitare aferent anului 2020.

Raportul urmează metodologia GRI, folosită pentru raportul de sustenabilitate al companiei aferent anului 2019 și prezintă proiectele de investiții conform cu afilierea noastră la Global Compact. Proiectele conținute de acest raport sunt prezentate în acord cu Obiectivul de Dezvoltare Durabilă pe care acestea îl susțin. La baza chestionarului dezvoltat pentru partenerii din sectorul non-guvernamental, stau standardele SRS, GRI și LBG.

Am continuat să analizăm impactul acțiunilor noastre asupra beneficiarilor, asupra asociațiilor partenere și asupra mediului. Pentru a asigura transparența datelor prezentate în raport, acestea au fost colectate în urma răspunsurilor organizațiilor partenere la un chestionar. Acolo unde informațiile nu au fost disponibile sau partenerul nu a răspuns solicitărilor noastre, au fost prezentate informații referitoare la activitățile desfășurate în cadrul proiectelor, nu și impactul pe care acestea l-au avut asupra beneficiarilor, asupra mediului sau asupra asociației.

Raportul a fost elaborat cu sprijinul echipei The CSR Agency.

În cazul în care aveți întrebări sau sugestii cu privire la acest material, vă rugăm să ne scrieți la: presa@kaufland.ro.

RESPONSABILITATE SOCIALĂ

CE NE GHIDEAZĂ: PILONII RESPONSABILITĂȚII SOCIALE CORPORATIVE ÎN KAUFLAND ROMÂNIA

În calitate de jucător important pe piața de retail din România, avem responsabilitatea față de toți stakeholderii noștri să acționăm cu corectitudine, să implementăm practici de business sustenabile și să ne implicăm în dezvoltarea comunităților unde ne desfășuram activitatea.

Ne-am luat angajamentul să lucrăm pentru a pune bazele unei Românii puternice și sustenabile, de aceea direcția noastră de investiții comunitare este compusă din 5 piloni centrali: educație, mediu, social, sport & sănătate și cultură. Ne concentrăm pe proiecte de amploare, care să atingă un număr cât mai mare de beneficiari, punând accentul pe continuitate pentru a avea cu adevărat un impact pozitiv pe termen lung.

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

Mediu

- promovarea utilizării mijloacelor de transport alternativ
- refacerea zonelor verzi distruse sau inexistente
- acțiuni de ecologizare în scopul conștientizării unui comportament responsabil
- REset – strategia internațională a Grupului Schwarz privind plasticul

Social

- dezvoltarea comunităților
- susținerea și sprijinirea unor grupuri vulnerabile în diverse aspecte ale vieții (locuință, sănătate, asigurarea bunurilor de bază)

Sport & Sănătate

- promovarea unui stil de viață sănătos și a unei nutriții adecvate
- susținerea activităților sportive
- îmbunătățirea condițiilor din sistemul sanitar

Cultură

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

STAKEHOLDERI ȘI AFLIERI

SUSȚINEREA OBIECTIVELOR DE DEZVOLTARE DURABILĂ

Obiectivele de Dezvoltare Durabilă au fost lansate și adoptate de statele membre ale Națiunilor Unite în anul 2015.

Concepute ca o hartă pentru a ne ghida drumul în abordarea provocărilor majore cu care umanitatea se confruntă la nivel mondial, cele **17 Obiective** sunt însoțite de 169 de ținte și 231 de indicatori, care ajută la monitorizarea și măsurarea progresului anual.

Activitatea noastră este asociată cu 6 din 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.*

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;
- Reducerea risipei de alimente;
- Promovarea produselor autohtone;
- Un sistem amplu și complex pentru monitorizarea și gestionarea stocurilor;
- 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.

- Mărci proprii certificate;
- Produse bio, proaspete de la furnizori locali;
- Audituri de calitate și siguranță la furnizorii de produse proprii;
- Campanii și programe ce încurajează un stil de viață sănătos.

OBIECTIVUL #4
EDUCAŢIE DE CALITATE

Garantarea unei educaţii de calitate pentru toți și promovarea oportunităţilor de învăţare de-a lungul vieţii.

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;
- Le oferim angajaților noștri programe de dezvoltare și învățare continuă.

OBIECTIVUL #8
MUNCĂ DECENTĂ ȘI CREȘTERE ECONOMICĂ

Promovarea unei creșteri economice susţinute, deschise și sustenabile, a ocupării depline și productive a forţei de muncă și condiții de muncă decente pentru toţi.

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 cultură organizațională bazate pe un cod de conduită;
- Conformitate, siguranță și gestionarea riscurilor;
- Investiții în angajați;
- Evaluăm constant performanța în ceea ce privește mediul de lucru și condițiile de muncă oferite angajaților.

OBIECTIVUL #12
CONSUM ȘI PRODUCȚIE RESPONSABILE

Asigurarea unor tipare sustenabile de consum și producţie.

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;
- Reducerea consumului de apă;
- Reducerea risipei de hrană;
- European Supply Chain Initiative;
- Produse și servicii.

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.

CLIENȚI

- 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;
- Peste 75% produse locale;
- Servicii pentru o experiență ușoară și plăcută la cumpărături.

ANGAJAȚI

- Implicarea angajaților în acțiuni de voluntariat;
- Politici puternice de resurse umane;
- Integrarea angajaților în deciziile strategice;
- Dezvoltarea de abilități și competențe;
- Mediu de lucru corect;
- Angajator de Top.

FURNIZORI

- Susținerea furnizorilor locali;
- Susținerea agriculturii locale.

ABORDAREA NOASTRĂ

STRATEGIA DE INVESTIȚII COMUNITARE A KAUFLAND ROMÂNIA

La baza strategiei noastre de implicare în societate stau parteneriatele pe care le avem cu asociațiile non-guvernamentale. Acestea propun acțiuni, programe și proiecte din domeniile în care ne implicăm, pe baza unei analize care să evidențieze care sunt activitățile propuse, cine sunt beneficiarii și care este impactul asupra acestora. 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.

Monitorizăm în permanență impactul pe care îl avem și comunicăm în mod constant cu toți stakeholderii noștri. Pe lângă publicarea anuală a raportului de investiții comunitare, transmitem periodic la nivel de grup informații privind proiectele, măsurile și inițiativele de susținere comunitară pe care le implementăm.

ORGANIZARE ȘI ELIGIBILITATE

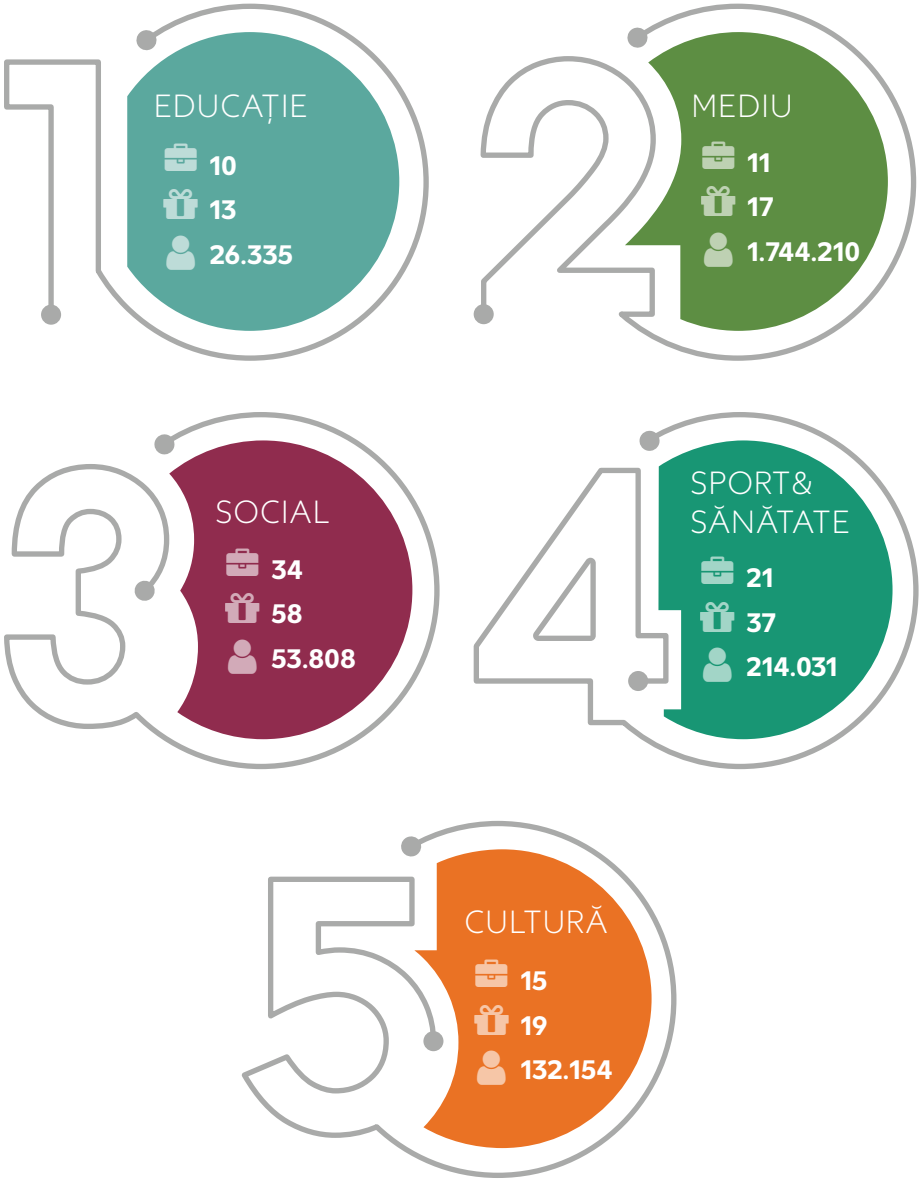
În 2016 am pus bazele unui mecanism prin care să putem evalua și selecta mai ușor proiectele de implicare în societate. Pentru a asigura transparența și pentru a implica cât mai mulți colegi din companie în procesul decizional, am dezvoltat comitetul CSR.

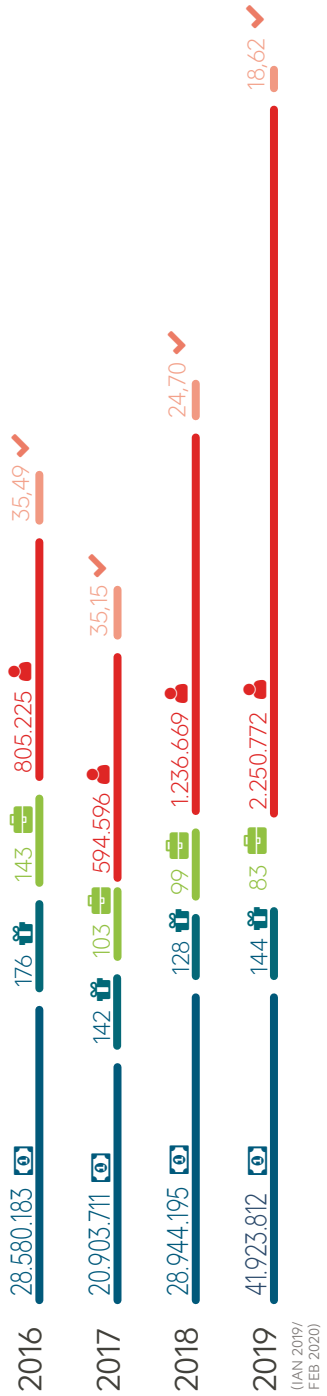
Acesta se reunește o dată la trei săptămâni și include câte un reprezentant din fiecare department, cu un interes demonstrat pentru zona de CSR, numit de conducerea companiei.

Comitetul revizuiește strategia de CSR care este transmisă de la grupul Kaufland și, în acord cu aceasta, stabilește direcțiile de implementare. Comitetul are rolul de a analiza și evalua aplicațiile pentru finanțare primite de companie, folosind criterii clare pentru a evalua zone de interes, iar propunerile sunt supuse la vot.

Proiectele care depășesc un milion de lei sunt trimise spre aprobare către Consiliul de Administrație, iar Directorul General are drept de veto la oricare dintre proiecte.

INVESTIȚIA NOASTRĂ COMUNITARĂ 2019





2 PROGRAME DE FINANȚARE DEDICATE ORGANIZAȚIILOR NEGUVERNAMENTALE:

ÎN STARE DE BINE

29
23.000

START ONG by Kaufland

164
57.234

- INVESTIȚIE PER BENEFECIAR
- BENEFICIARI
- ASOCIAȚII
- PROIECTE
- INVESTIȚIE

CSR HIGHLIGHTS 2019

- **24 de ore** *de voluntariat creativ*
- **800 de elevi** *nevăzători și cu deficiențe de vedere au învățat matematică*
- **1.009 calculatoare** *donate*
- **9,1 tone** *de deșeuri adunate din apă*
- **21.750 m²** *de grădini urbane comunitare amenajați*
- **81.000 de kilograme** *de materiale reciclabile și carton colectate*
- **10 case** *construite în 5 zile*
- **1 casă** de tip familial inaugurată
- **400 de familii** *au primit un MagicBOX*
- **240 de copii** *de la grădiniță și ciclul primar au beneficiat de masă caldă*
- **2.022 de consultaţii** *stomatologice oferite*
- **14.000 de copii** *au primit un „zâmbet în cutie"*
- **70.000 de oameni** *au făcut mișcare*
- **70 de copii și tineri** *cu deficiențe de vedere au făcut escaladă*
- **7.000 de copii** *au învățat despre mâncarea sănătoasă*

- **870 de persoane** *au fost testate pentru boala celiacă*
- **100 de mame** *au primit Cutia bebelușului*
- **800 de persoane** *au alergat pentru #teamhospice*
- **5.500 de persoane** *au donat sânge*
- **24 de ore** *de maraton pentru persoane care suferă de autism*
- **44.000 de spectatori** *au văzut un film în aer liber*
- **30 tineri** *talentați au primit burse*

5

PROIECTELE NOASTRE

Proiectele în care alegem să ne implicăm se încadrează în cele cinci zone în care ne dorim să avem un impact pozitiv.

În 2019, am alocat proiectelor de investiție comunitară cea mai mare sumă din ultimii ani. Am făcut acest lucru pentru că este de datoria noastră să îi ajutăm pe cei care au nevoie de susținere și pentru că ne-am dorit să ajungem la un număr cât mai mare de beneficiari, lucru care s-a și întâmplat, iar în 2019 am depășit 2 milioane de beneficiari.

Anna Katharina Scheidereiter

CSR Manager
Kaufland România

Dragi prieteni,

Ne bucurăm să vă prezentăm cel de-al patrulea raport de investiții comunitare al Kaufland România ce descrie proiectele și programele pe care le-am implementat alături de partenerii noștri din societatea civilă, în perioada ianuarie 2019 – februarie 2020.

Dincolo de rezumatul lucrurilor bune pe care le-am construit împreună pe parcursul acestor luni, paginile ce urmează sunt încă o mărturie a angajamentului pe care Kaufland și l-a luat față de România: să creștem împreună, de la an la an și să transformăm fiecare provocare într-o oportunitate, investind în proiecte cu impact, pe termen lung.

Anul 2019 a adus continuitate pentru multe dintre proiectele începute anterior, dar și parteneriate noi ce ne-au permis să creștem numărul persoanelor care au beneficiat în urma investițiilor noastre comunitare până la peste 2 milioane.

Am continuat să investim în domeniile care stau la baza dezvoltării sustenabile a României – educație, protecția mediului înconjurător, social, sport și sănătate, cultură.

Ne-am implicat în inițiative pe termen lung, cu impact la scară mare deoarece credem că binele se face încontinuu și suntem bucuroși pentru rezultatele pe care le-am obținut.

Acestea ne dau puterea și motivația pentru a merge înainte și ne confirmă încă o dată că suntem pe drumul cel bun.

În 2019 am continuat programul de succes „În Stare de Bine" prin care am contribuit la creșterea calității vieții comunităților urbane și rurale ale țării. În plus, am adăugat o componentă nouă programului - întărirea eficienței și sustenabilității ONG-urilor, deoarece ne dorim ca organizațiile partenere să se dezvolte și să crească alături de noi, astfel încât impactul pozitiv pe care acestea îl au în societatea românească să producă efecte cât mai de amploare.

De asemenea, o altă noutate a anului 2019 a reprezentat-o lansarea programului de finanțare „Start ONG", dedicat organizațiilor non-guvernamentale mici sau aflate la început de drum. Lansat din dorința de a facilita accesul acestora la resursele de care au nevoie pentru a-și implementa proiectele, rezultatele obținute în primul an ne-au demonstrat că lucrurile mici pot face diferența: cele peste 164 de proiecte implementate au atins mai mult de 57.000 de beneficiari.

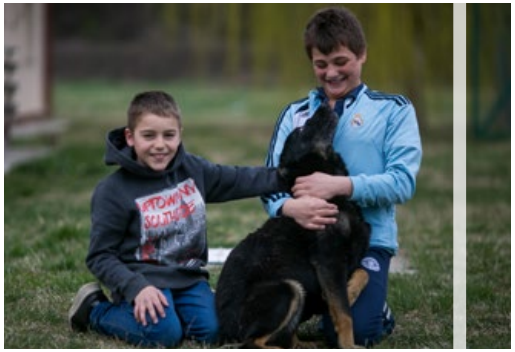
Am încheiat anul financiar în februarie 2020, mândri de ce am reușit să realizăm împreună și pregătiți să o luăm de la capăt, cu noi proiecte și inițiative de impact.

Ce a urmat însă, ne-a făcut să ne abatem de la planurile inițiale. Izbucnirea pandemiei de coronavirus ne-a pus pe agendă priorități noi. Confruntați cu provocările fără precedent pe care această criză ni le-a scos înainte, a trebuit să ne unim forțele, să acționăm rapid și să intervenim pentru a sprijini domeniile cele mai afectate. Deși lucrurile sunt încă departe de a reveni la normal, toată această perioadă ne-a arătat încă o dată rolul vital pe care societatea civilă îl joacă în astfel de momente și cât de important este să lucrăm mereu împreună.

Aș vrea să le mulțumesc pe această cale partenerilor noștri pentru eforturile, entuziasmul și pasiunea cu care luptă zi de zi, pentru un viitor mai bun!

Implicarea face diferența! Azi, mai mult ca oricând!

Anna Katharina



EDUCAȚIE

Asociația 11even 30
Asociația Centrul de Resurse în Comunicare 34
Asociația Regio din Transilvania 37
Fundația Hospice „Casa Speranței" 39
Asociația Ateliere Fără Frontiere 42
Asociatia CEO Clubs Internațional 45
Asociația UNTOLD 47
Asociația Pro Magna 48
Asociaţia Modelism Tomis 50

10 ASOCIAȚII

13 PROIECTE

26.335 BENEFICIARI

ASOCIAȚIA 11EVEN

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea asociației este un viitor în care sportul și mișcarea sunt privite ca instrumente esențiale în dezvoltarea unei comunități sănătoase; un viitor în care tinerii performeri români formează o comunitate activă și puternică, cu impact direct deosebit în zona socială, economică, administrativă și culturală a României.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

1,8 mil. lei

din care:

98%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 2

- Creatori de viitor - Champions United
- Creatori de viitor - Dialogurile Transform

**Proiectele dezvoltate de Asociația 11even, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Educație, Social și Sport & Sănătate*

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

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

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

CREATORI DE VIITOR - CHAMPIONS UNITED

Peste 70% din tinerii liceeni cu performanțe deosebite din țara noastră (educațional, cultural, sportiv) își doresc să studieze și să aibă o carieră în afara României. Dintre cei rămași, mai mult de jumătate nu cred că pot să aibă un rol decisiv în schimbarea în bine pe plan economic, social sau cultural a României. Fiecare din acești tineri excepționali este fantastic în domeniul său de performanță, însă acestora le lipsește o serie de competențe necesare cu precădere în joburile viitorului, care în proporție de peste 30% vor fi diferite în următorii 10 ani.

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, într-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. Programul se concentrează pe trei direcții: implicarea tinerilor în dezvoltarea comunității în care trăiesc și conectarea acestora în proiecte pentru viitorul României, agregarea de idei cu impact și finanțarea acelor proiecte care pot produce o schimbare și sprijinirea liceenilor performeri prin acordarea de burse.

Ediția din 2019 a evenimentului s-a desfășurat în Brașov (2-4 septembrie) și Sibiu (5-8 septembrie), reunind **80 de liceeni** cu performanțe deosebite în diverse domenii, din 43 de localități din România și Republica Moldova.

Tema celei de-a șasea ediții a fost „orașul și comunitatea viitorului", iar cei prezenți - deopotrivă participanți și mentori - au putut aborda atât aspecte care țin de arhitectură, cultură, business, tehnologie, mediu academic, cercetare etc., cât și aspecte care țin de relațiile dintre locuitorii orașului - rolul individului în comunitate, rolul visătorilor și al liderilor, valorile care pot schimba o societate.

Astfel, pe lângă multe momente alocate distracției și interconectării participanților – un treasure hunt tematic în Brașov, dar și unul organizat in Sibiu, 2 orașe ofertante arhitectural și cultural – o zi a fost dedicată descoperirii unor obiective unice pe traseul Brașov - Sibiu, finalizată cu un picnic în șură. Agenda a inclus o dezbatere cu mediul academic și de afaceri cu titlul „De ce să aleg România?". Printre invitații ediției a VI-a s-au numărat Michael Bulzan - antreprenor și Regional Director la Duke's Fuqua School of Business, Marian Ruben - antreprenor, fondator UtilBen, Cătălin Stoica - jurnalist și trainer în leadership, sau Ioana Ciuban - Fondator Este Film. Alături de o echipă de profesori ai Universității Lucian Blaga din Sibiu, participanții au luat parte și la sesiuni interactive pe domenii de interes, de la antreprenoriat, la cercetare, de la medicină la tehnologie.

CREATORI DE VIITOR - DIALOGURILE TRANSFORM

Ce îmi doresc de la viitorul meu? Ce job mi se potrivește cel mai bine? Ce satisfacții îmi oferă acest job? Va mai exista meseria mea peste 10 ani? Iar șirul poate continua. Sunt doar câteva exemple de întrebări pe care orice licean ar trebui să și le pună în parcursul său educațional. Sunt întrebări ce au la bază nevoia tinerilor de a fi orientați profesional și de fi conectați cu specialiști în diverse domenii. Pornind de la această nevoie, Asociația 11even împreună cu liceeni parte a programului Creatori de viitor și cu sprijinul Kaufland România au dat formă Dialogurilor Transform, evenimente ce pun față în față creatori de viitor, liceeni interesați să-și creeze un spectru cât mai larg și informat al viitorului lor profesional și creatorii de prezent, cei care performează și schimbă societatea de astăzi.

În 2019 au fost implementate 17 astfel de evenimente, în 17 licee din 15 localități din România la care au luat parte peste **2.000 de liceeni** și unde au fost invitați 38 de creatori de prezent.

Helen Keller spunea „De unii singuri putem face atât de puțin; împreună putem înfăptui atât de mult!". Credem că acest citat sintetizează foarte bine relația de parteneriat dintre asociația noastră și Kaufland România, de la începuturile sale timide, până la impactul extraordinar generat în zeci de comunități și în viața a mii de oameni. Visăm și sperăm într-o poveste cel puțin la fel de frumoasă în anii care urmează, în care dedicarea și implicarea comună să facă diferența.

OVIDIU NEAMȚU
Președinte

ASOCIAȚIA CENTRUL DE RESURSE ÎN COMUNICARE

O partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Centrul de Resurse în Comunicare are ca misiune creșterea potențialului de comunicare și strângere de fonduri al sectorului non-profit din România.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2018:

146.600 lei

din care:

98%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• CreateAthon România

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse (catering, produse de igienă personală, etc.)
Participarea voluntară a angajaților Kaufland România la desfășurarea proiectului

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
2. A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

CREATEATHON ROMÂNIA

CreateAthon România a pornit de la nevoia de creștere a capacității de comunicare a ONG-urilor. Din cauza resurselor limitate sau a lipsei de personal, organizațiile mici din țară aleg să nu investească în comunicare, marketing, fundraising sau prezență online.

În 2019, Centrul de Resurse în Comunicare a adus în România CreateAthon, un eveniment-concept ce se organizează cu succes de peste 20 de ani în SUA și Canada. Mai mult, aceasta a fost prima participare oficială a României la Pro-Bono Week, o mișcare internațională ce promovează voluntariatul specializat, organizat anual în ultima săptămână din luna octombrie.

Astfel, pe 25 octombrie, în București, a început maratonul creativ de 24 de ore în care 75 de voluntari, profesioniști din zona de comunicare și marketing, au oferit rebrandinguri complete, strategii de comunicare, website-uri noi, materiale promoționale sau campanii pentru 10 organizații non-profit din România, care altfel nu și-ar fi permis aceste servicii. Munca pro-bono oferită de către voluntari în cadrul CreateAthon a avut o valoare estimată de **150.000 euro**.

Cele 10 organizații selectate au fost Asociația Voluntariat pentru Viață, Federația DIZABNET, Asociația Centrul de Dezvoltare Personală și Combatere a Comportamentelor de Risc, Asociația de Turism și Ecologie pentru Tineret Zimbrul Carpatin, Fundația Izvorul Alb, Asociația Mocănița Transilvaniei, Asociația Piano Therapy, Fundația Alex Tache, Asociația pentru Dezvoltare Durabilă și Integrare Profesională, Asociația Sfânta Sofia – Credință, Nădejde și Dragoste.

În paralel, a fost organizat LearnAthon, un seminar condensat de 8 ore în care 11 specialiști voluntari au vorbit reprezentanților din 23 de ONG-uri pe teme de comunicare.

Dincolo de eveniment, CreateAthon România a însemnat 7 luni de promovare, selecție, nenumărate vizite și întâlniri de briefing și strategie pentru ca cele 24 de ore să fie cu adevărat eficiente pentru organizații. Prima ediție CreateAthon România a livrat, dincolo de o comunitate de voluntari implicați, 10 campanii de comunicare și fundraising, 8 rebrandinguri complete cu website-uri noi, un eveniment de fundraising organizat „la cheie" în 24 de ore și 30 de alte livrabile ce au inclus ședințe foto, video de prezentare, broșuri sau flyere.

Mai mult, după terminarea celor 24 de ore, alături de voluntari și organizații, au fost duse la bun sfârșit proiectele, prin urcarea website-urilor, ajustarea strategiilor și oferirea de consultanță. În urma feedback-ului, peste 70% dintre voluntari s-au oferit să ajute organizația pe termen mediu și mulți dintre ei o fac și astăzi. Practic, CreateAthon a devenit o comunitate activă de beneficiari, dincolo de granițele programului.

Beneficiarii direcți ai proiectului au fost cele **23 de organizații neguvernamentale** prin participarea pe bază de aplicație și selecție la CreateAthon România (10 ONG-uri) sau prin participarea la workshop-ul intensiv de comunicare, organizat în paralel (13 ONG-uri), iar cei indirecți cei peste 35.000 de beneficiari, public țintă și susținători ai organizațiilor care au participat la CreateAthon.

Kaufland România a fost partenerul ideal pentru a aduce în România conceptul CreateAthon. Filosofia lor de CSR este una complexă, sustenabilitatea fiind cuvântul de bază. Experiența comună ne-a ajutat să înțelegem că strângerea de fonduri și comunicarea sunt esențiale în dezvoltarea de proiecte complexe și puternice, iar parteneriatul cu Kaufland România ne-a ajutat să dezvoltăm un program puternic și vizibil care a mobilizat profesioniști din domeniul de marketing și comunicare și i-a organizat într-un efort comun care a făcut diferența în activitatea ONG-urilor. Ne dorim să continuăm parteneriatul cu Kaufland România pentru a face diferența și a crește capacitatea organizațională a ONG-urilor românești.

CĂTĂLIN DINU,
VALENTIN GEORGESCU ȘI DANA GONȚ

ASOCIAȚIA REGIO DIN TRANSILVANIA

O partener comunitar nou

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

550.000 lei

din care:

55%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

- Fleximodels

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. 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

Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

FLEXIMODELS

Fleximodels reprezintă un proiect inovator implementat în școlile cu predare pentru copii nevăzători și cu deficiențe de vedere, cu scopul de a-i ajuta să învețe matematica. Deoarece matematica este o materie care se învață vizual, foarte mulți copii nevăzători nu o cunosc suficient încât să obțină rezultate bune la BAC și să-și continue studiile la facultate sau să aibă access la profesii bazate pe științe exacte.

Sistemul Fleximodels, inventat de către profesorul de matematică Bíró G. Albert, este o inovație ce include un set de elemente educative interactive de matematică, realizate special pentru copii nevăzători, în limbaj Braille sau figuri în relief, cu vizualizarea culorilor prin linii de diverse grosimi, precum și materiale suport pentru profesorii coordonatori.

Pachetele conțin carduri sau planșe cu alfabetul Braille, însoțite de text în limba română pentru profesorii coordonatori; formule și teorii matematice transcrise în alfabetul Braille; figuri sau grafice în relief cu vizualizarea culorilor prin linii de diverse grosimi; materiale didactice, plăci configurative, forme geometrice.

În 2019, 75 de astfel de pachete au fost distribuite în 6 școli din Arad, Timișoara, Cluj-Napoca, București și Buzău, ajutând astfel **800 de elevi** nevăzători și cu deficiențe de vedere să învețe matematica mai ușor.

Proiectul continuă și în 2020, cu încă 100 de astfel de pachete. Scopul asociației este ca fiecare din cei 1.500 de elevi nevăzători și cu deficiențe de vedere din România să aibă propriul set.

FUNDAȚIA HOSPICE „CASA SPERANȚEI"

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea HOSPICE 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.

Misiunea HOSPICE este de a îngriji cu profesionalism și dăruire copiii și adulții care trăiesc cu o boală incurabilă, oferind servicii specializate pentru ei și pentru familiile lor. De asemenea, misiunea HOSPICE vizează și dezvoltarea îngrijirii paliative la nivel național și internațional, prin informare, educație, consultanță și îmbunătățirea legislației.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

23,9 mil. lei

din care:

2%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1*

• Școala Hospice

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

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

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 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
Servicii noi sau îmbunătățite

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

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 speciale ale copiilor.

În perioada noiembrie 2018 – octombrie 2019, Kaufland România a susținut proiectul Școala HOSPICE-Model de reducere a abandonului școlar. În cadrul acestuia, a fost derulat un parteneriat cu Universitatea București, Facultatea de Psihologie și Științele Educației, parteneriat care a presupus derularea de stagii practice pentru 11 studenți ai facultății, în cadrul Școlii HOSPICE București.

REZULTATELE PROIECTULUI:

- **110 beneficiari** (copii pacienți, copii aparținători, părinți)
- 1.692 intervenții educaționale oferite copiilor pacienți și copiilor aparținători
- 804 sesiuni de kinetoterapie oferite pacienților copii
- 384 sesiuni de consiliere psiho-emoțională individuale și de grup, oferite copiilor pacienți, copiilor aparținători și părinților

Kaufland România este, începând cu anul 2015, un partener strategic pentru HOSPICE Casa Speranței, iar acest parteneriat 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, Kaufland România și HOSPICE, reușim să facem o diferență uriașă în viața copiilor și adulților afectați de boli incurabile.

MIRELA NEMȚANU
Director Executiv

ASOCIAȚIA ATELIERE FĂRĂ FRONTIERE

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Prin activitățile sale, Ateliere Fără Frontiere (AFF) urmărește consolidarea unui model sustenabil și scalabil de economie socială și circulară care să susțină eforturile misiunii, respectiv inserția socială, profesională și civică a persoanelor vulnerabile, excluse și marginalizate.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

3,5 mil. lei

din care:

7%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

- Dăm Click pe România!

FORMA CONTRIBUȚIEI

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

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 produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

Servicii noi sau îmbunătățite
Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Capacitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului

DĂM CLICK PE ROMÂNIA!

Ponderea numărului de calculatoare disponibile în școlile din România față de numărul de elevi are cel mai slab raport din Uniunea Europeană, situația fiind îngrijorătoare în special în mediul rural. Asociația Ateliere Fără Frontiere colectează calculatoare de la companii, acestea urmând a fi recondiționate în atelierul de inserție socio-profesională reconect, de o echipă din care fac parte persoane vulnerabile, excluse și marginalizate, angajate într-un parcurs personalizat de acompaniere socială, consiliere pentru inserție, psihoterapie și acompaniere pedagogică, menit să le ajute să se integreze în societate și pe piața convențională a muncii.

La finalul ediției din 2019, asociația a dotat cu **1.009 calculatoare** 56 de unități de învățământ, 2 instituții publice sociale și 11 organizații neguvernamentale ce derulează proiecte educaționale.

Calculatoarele au fost livrate către **69 de laureați** ai programului, provenind din 29 de județe ale țării, ale căror proiecte înscrise în competiție au vizat un număr de 14.788 de beneficiari – preșcolari, elevi, liceeni, studenți, persoane adulte cu dizabilități.

Calculatoarele donate sunt acum folosite în implementarea diferitelor proiecte educaționale înscrise, de la modernizarea laboratoarelor de informatică, la activități de educație non-formală și alfabetizare digitală. În cazul Centrului Școlar de Educaţie Incluzivă „Sf. Andrei" din Gura Humorului, județul Suceava, cele 15 calculatoare donate au fost distribuite către cabinetele de terapii specifice la care au acces aproximativ 300 de elevi cu tulburări din spectrul autist, elevi cu deficiențe mintale moderate și severe, copii cu Sindrom Down.

După livrarea calculatoarelor, coordonatorii de proiect din unitățile de învățământ, instituțiile și organizațiile laureate au fost invitați la un seminar gratuit desfășurat la București despre digitalizarea procesului de predare – învățare. Scopul acestuia a fost să-i ajute pe inițiatorii de proiecte educaționale să folosească mai bine echipamentele primite și i-a avut ca formatori pe Elena Coman (Asociația Techsoup), Alex Petre (Junior Achievement România) și Ovidiu Toma (Ateliere Fără Frontiere).

REZULTATELE PROIECTULUI:

- 229 aplicații au intrat în procesul de preselecție
- 147 proiecte jurizate de angajații Kaufland România
- 69 instituții echipate
- 1.009 calculatoare donate
- 20 profesori coordonatori formați în cadrul unui training
- **14.788 beneficiari** direcți

Prin proiectele pe care le desfășurăm la Ateliere Fără Frontiere reușim să fim alături atât de salariații noștri care provin din medii defavorizate și care lucrează în atelierul de inserție și acompaniere socio-profesională reconect, la colectarea de echipamente IT uzate de la companii și revalorificarea acestora, cât și alături de elevii din medii defavorizate prin asigurarea accesului la resurse educaționale digitale.

Din 2013 Kaufland România este partenerul nostru în asigurarea acestui lanț de solidaritate prin care reușim să asigurăm accesul la educație copiilor, indiferent de mediul din care provin și să promovăm implicarea socială și respectul față de mediu.

DAMIEN THIERY
Director General

ASOCIATIA CEO CLUBS INTERNAȚIONAL

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea CEO Clubs este de a inspira cât mai mulți elevi din licee să se îmbunătățească și să devină cea mai bună variantă a lor.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

170.000 lei

din care:

28%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• CEOs Back to School

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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. A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?
Impactul asupra ONG-ului

Atingerea unui număr mai mare de persoane

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?
Impactul asupra mediului

Educație pentru mediu

CEOs BACK TO SCHOOL

Elevii din clasele XI și XII au de făcut alegeri importante pentru viitorul lor, însă de cele mai multe ori nu au îndrumarea necesară, nu știu la ce facultate să meargă, ce carieră să aleagă. În plus, au de înfruntat presiunea socială, a părinților, a profesorilor, dar mai ales presiunea proprie.

Scopul proiectului CEOs Back to School este de a inspira elevii să nu renunțe la visele lor, să muncească pentru a-și atinge obiectivele, să își accepte și să învețe din eșecurile lor, toate pentru o generație viitoare mai bună.

Pe parcursul anului 2019, 37 de speakeri, antreprenori sau manageri ai unor companii au mers în 12 licee din București și Călărași pentru a le împărtăși elevilor din experiența lor profesională. Aceștia au discutat cu elevii despre cât este de important să încerci cât mai multe lucruri și să accepți și eșecul pentru a găsi calea potrivită, despre incertitudinea viitorului și deschiderea de a învăța lucruri noi, despre încrederea în sine, despre faptul că succesul vine ca o consecință naturală a acțiunilor și eforturilor pe care le depun.

Peste **1.200 de elevi** au participat la discuții.

Mulțumim Kaufland România pentru susținerea acestui proiect cu impact puternic în societate. Datorită sprijinului oferit, din ce în ce mai mulți elevi beneficiază de discuții libere, inspiraționale și transformatoare cu directorii generali care vin să le vorbească din experiența lor de viață și de carieră. Sperăm cu toții într-o societate mai bună, mai inspirată, mai unită, în care tinerii de astăzi vor deveni liderii de mâine.

SOTIRIS CHATZIDAKIS
Director Executiv

ASOCIAȚIA UNTOLD

partener comunitar de tradiție

NUMĂR PROIECTE: 1*

• BAC de 10

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

BAC DE 10

Kaufland România s-a alăturat și în 2019 inițiativei organizatorilor festivalului UNTOLD de a premia performanța în educație. Elevii care au luat 10 la examenul de bacalaureat au primit acces gratuit la festivalul UNTOLD, precum și un voucher de 500 de lei. În plus, simpla participare la sesiunea din vară a examenului de Bacalaureat le-a asigurat elevilor abonamente la preț redus, atât la UNTOLD, cât și la NEVERSEA.

În 2019, **3.500 de elevi** au primit bilete gratuite sau la preț redus, pentru a sărbători reușita lor.

ASOCIAȚIA PRO MAGNA

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația a fost înființată cu scopul de a crește gradul de conștientizare și de respectare, în special în rândul tinerilor, a statului de drept, a drepturilor omului și a tuturor valorilor și principiilor Uniunii Europene.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

475.000 lei

din care:

2,5%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

- Școala de vară Antreprenoriat și Limba Germană

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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. A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Educație pentru mediu

ȘCOALA DE VARĂ ANTREPRENORIAT ȘI LIMBA GERMANĂ

Prin Școala de vară Antreprenoriat și Limba Germană, asociația Pro Magna susține învățământul de calitate care promovează valorile europene și obiectivele de dezvoltare durabilă UN. De asemenea, contribuie la popularizare limbii și culturii germane in rândul tinerilor din România și la îmbunătățirea calificării participanților, astfel încât să răspundă mai bine cerințelor actuale pe piața muncii din România.

Școala de vară Antreprenoriat și Limba Germană este un program intensiv de învaţare a limbii germane dedicat începătorilor şi celor cu nivel intermediar şi avansat (nivel A 1-C1 conform Cadrului European de Referinţă pentru limbi străine) cu câte 65 participanţi.

În 2019 au fost organizate două serii ale Școlii de Vară, în perioadele 21 iulie-2 august 2019 și 4-16 august 2019. Cele două ediții au avut loc în localitatea Moieciu de Sus și i-au pus pe cei **130 de elevi și studenți români** față în față cu 12 vorbitori nativi ai limbii germane, proveniți din Germania și Austria cu pregătire și experiență în domeniul Predării Limbii Germane Străinilor. Experiența multiculturală le-a facilitat tinerilor profesori integrarea lor în rândul participanților și de asemenea capacitatea de a aborda o paletă tematică diversă în cadrul cursurilor. Totodată participanții au avut șansa să cunoască antreprenori și reprezentanți ai unor prestigioase instituții și companii germane din România. Pe lângă workshop-urile tematice și cele 40 de ore de limbă germană, școala a constituit un bun prilej de schimb intercultural și de distracție atât pentru participanți, cât și pentru profesori.

Prin proiectele Asociației dorim să ajungem la cât mai mulți elevi și studenți și să avem un impact pozitiv în viața lor. Parteneriatul cu Kaufland România ne permite să oferim programe educaționale în limba germană cu profesori nativi multor categorii de elevi care altfel, probabil, nu și-ar fi permis să participe. Mai mult decât atât, obținerea unui certificat de vorbire a limbii germane le favorizează șansele de găsire a unui loc de muncă bine plătit și le oferă șansa de a rămâne în țară și de a fi activi în comunitățile lor, fie că vorbim de Făgăraș, Sibiu, Brașov sau Timișoara sau de Sfântul Gheorghe, Satu Mare, Drobeta Turnu Severin, Iași, Bacău, Brăila sau Constanța. Proiectul le mai oferă și șansa unică de a întalni și de a-și face prieteni din toate colțurile țării, promovând un mediu al prieteniei și colaborării.

Sperăm ca proiectele Asociației să devină modele de bune practici la nivelul întregii țări.

SORIN ANAGNOSTE

Preşedinte

ASOCIAŢIA MODELISM TOMIS

O partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Obiectivele asociației sunt organizarea de cursuri de inițiere în domeniul modelismului, în instituțiile de învățământ și la sediul asociației, promovarea și stimularea activităţilor de modelism.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

8.040 lei

din care:

43%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Expoziție concurs de modelism „Cupa Tomis" 2019

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

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

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

EXPOZIȚIE CONCURS DE MODELISM „CUPA TOMIS" 2019

Ce-a de cincea ediție a expoziției - concurs de modelism Cupa „Tomis" s-a desfășurat la Constanța, în incinta Muzeului Naţional al Marinei Române, în perioada 10-17 august 2019.

Programul a inclus ateliere de măiestrie – realizarea de figurine din seria fantastică, tehnică militară pe roți și șenile la scară de 1/35, asamblare și procedee de vopsire a machetelor de aviație; ateliere cu tematică marinărească - confecţionarea şi cunoașterea nodurilor marinărești şi modul de folosire în viața de zi cu zi.

15 august, Ziua Marinei Române, a fost ziua porților deschise la Muzeul Marinei Române.

Zilele de 16 și 17 august au fost dedicate concursului de modelism. Salonul modelistic a fost structurat în 2 categorii de vârstă – copii/adolescenţi și adulţi și a inclus 13 categorii de expunere specifice domeniului modelistic.

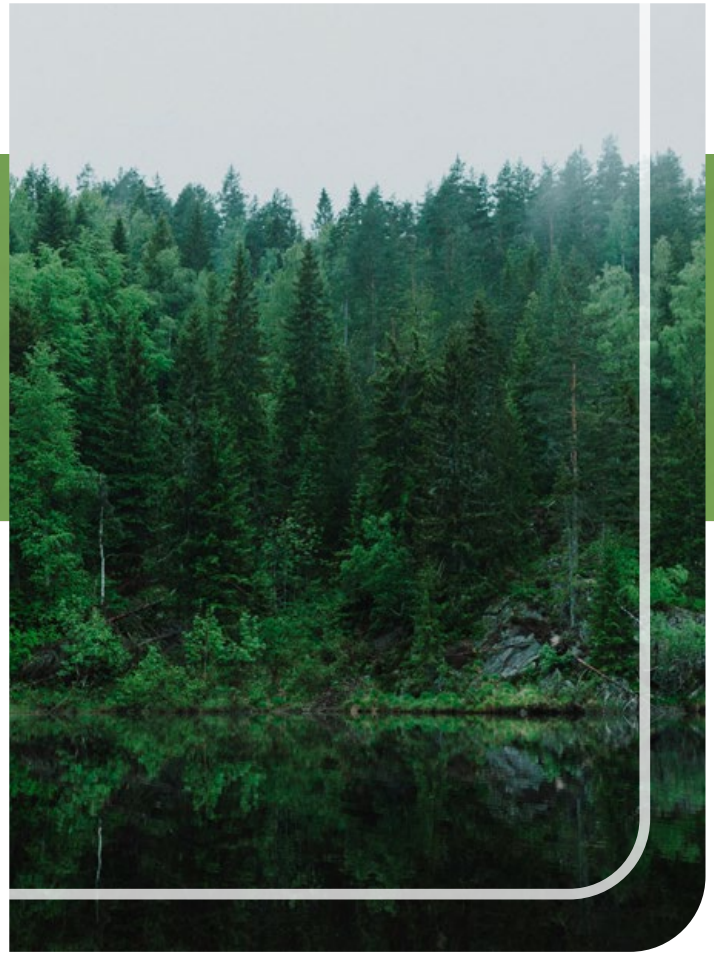
Au participat **142 de concurenți** – 82 de copii și adolescenți și 60 de adulți, cu un număr de 198 de modele înscrise în concurs, în timp ce 304 modele au fost înscrise la expoziție.

Ediția a V-a a avut participare internaţională prin modeliști din Bulgaria, Ungaria, Regatul Unit al Mării Britanii şi Italia. O parte din modelele expuse au fost premiate și la concursuri internaţionale, conferind un nivel ridicat acestei manifestări modelistice.

Un plus de atractivitate la această ediţie l-a constituit diorama funcţională de mari dimensiuni, de aproximativ 15 metri, cu peste 40 de metri de cale ferată, cu peste 25 de vagoane și 10 locomotive diferite, adusă prin amabilitatea Muzeului Căilor Ferate Bucureşti şi a modeliștilor din Clubul Feroviar București, parteneri ai acestei ediții.

Am fost plăcut impresionat de profesionalismul de care a dat dovadă Kaufland România. Sprijinul financiar acordat pentru realizarea workshop-urilor din cadrul expoziției - concurs de modelism Cupa „Tomis" ne-a ajutat să facem acest hobby tehnico-aplicativ mai cunoscut și bine înțeles în rândul copiilor și adolescenților.

GABRIEL EREMIA
Preşedinte



MEDIU

Asociația Act For Tomorrow 54
Asociația Institutul de Cercetare În Permacultură din România 58
Asociația Ivan Patzaichin - Mila 23 62
Asociația Green Revolution 67
ViitorPlus- asociația pentru dezvoltare durabilă 70
Asociația Star Education 73
Asociația Solar Decatlon București 75
Asociația Parcul Natural Văcărești 77
Asociația Industrii Creative 80
Asociația Club Sportiv MPG 85

11 ASOCIAȚII

17 PROIECTE

1.744.210 BENEFICIARI

ASOCIAȚIA ACT FOR TOMORROW

O partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea organizației este o Românie sustenabilă și care tinde spre zero deșeuri. În acest sens, asociația a dezvoltat 5 direcții cheie: #GreenACT, #WaterACT, #PlantACT, #BancaDeResurse și #CommunityACT.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

3,6 mil. lei

din care:

86%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 4

- Green Edu
- Green Festival
- Acționăm pentru Ape (A.P.A.)
- Festival Verde Mamaia

FORMA CONTRIBUȚIEI

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

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 stabilit o legatură
   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
Vizibilitate crescută sau voluntari
Atragerea mai multor angajați
Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu

ACȚIONĂM PENTRU APE (A.P.A.)

Apele României ajung să fie pline de gunoaie în fiecare an. Acest lucru se întâmplă din cauza lipsei de educație a populației, lipsei unei infrastructuri de colectare a deșeurilor atât în mediul urban, cât și în mediul rural și lipsei unor sancțiuni pentru aceia care aleg să deverseze gunoaiele în apă, în detrimentul colectării acestora.

Un studiu european recent, citat și de Comisia Europeană, arată că Marea Neagră conține, după Marea Mediterană, cele mai multe deșeuri marine din Uniunea Europeană, iar 85% din deșeuri sunt din plastic. La nivel global, statisticile arată că, în fiecare an, până la 500.000 de tone de plastic intră în mări.

O statistică a Our World in Data 2015 arată că doar pe suprafața apelor există cantități de plastic între 10.000 și 100.000 de tone, restul fiind în adâncimi. Impactul poluării cu plastic asupra naturii este semnificativ. Prin eliminarea deșeurilor și acțiunile de prevenire a acumulării acestora, viața marină, natura și sănătatea oamenilor sunt protejate.

Proiectul Acționăm pentru Ape (A.P.A.), lansat de Kaufland România și Asociația Act for Tomorrow la nivel național, vine ca răspuns pentru aceste probleme.

Pe 21 septembrie 2019, cu ocazia Zilei Internaționale de Curățare a Zonelor de Țărmuri, a început prima acțiune de curățare de deșeuri a litoralului Mării Negre. Timp de două zile, echipe formate din sute de voluntari au curățat de deșeuri litoralul și apele Mării Negre.

Pe 23 septembrie, de Ziua internațională a curățeniei, a fost realizat un sistem acționat de două bărci, cu ajutorul căruia au fost strânse deșeurile aflate la suprafața apei, iar cu ajutorul unei echipe de scafandri au fost colectate și deșeurile aflate la adâncime.

Programul a continuat în luna octombrie cu acțiuni de curățare a malurilor și apelor Dunării.

În plus, unul din obiectivele programului ecologic a constat în realizarea unui grup de lucru cu personal specializat în ape, curățenie și legislație, pentru definirea unei strategii de combatere a poluării apelor din România. Acesta a făcut și o propunere legislativă pentru Ministerul Mediului și Ministerul Apelor și Pădurilor. Pe parcursul programului, va fi creat și un plan de acțiune pentru A.P.A. pentru perioada 2020 – 2021.

În cadrul celor 7 acțiuni desfășurate, au participat **630 de voluntari** din comunitate, **au fost colectate 9.1 tone de deșeuri**, au fost implicați 13 parteneri - ONG-uri, autoritățile publice locale de pe litoral, Apele Române prin Administrația Bazinală Dobrogea Litoral și Forțele Navale Române, care au participat cu voluntari și scafandri pentru cartografierea și curățarea apelor. Peste **127.500 de persoane** se pot bucura acum de litoralul curat.

Programul ecologic A.P.A. face parte din REset Plastic – Strategia internațională integrată anti-plastic a Grupului Schwarz, care include și Kaufland România.

GREEN EDU

Green Edu a reprezentat o campanie de informare și promovare a reciclării în rândul elevilor. Aceasta s-a desfășurat sub forma unui concurs la care au participat 5 școli din București.

Prima etapă a campaniei a constat în organizarea de sesiuni de formare pentru 15 profesori din cele 5 școli participante, unde au aflat informațiile principale despre protejarea mediului și importanța colectării şi reciclării deșeurilor. Practic, aceștia au participat la o sesiune de simulare a unei lecții de educație ecologică.

Următoarea etapă a presupus organizarea de sesiuni de educație ecologică pentru elevii din școli. **1.556 de elevi** din cele 5 școli participante au vizionat filme educative despre deșeuri, reciclare și au interacționat cu profesorii în dezbateri pe teme precum colectare separată, reciclare și protecția mediului. Fiecare elev a primit materiale educative pentru colectarea deșeurilor acasă și modul în care acestea trebuie duse în magazin la reciclat. În total, au fost distribuite peste 1.500 de broșuri.

În cadrul campaniei, elevii au colectat acasă deșeuri (plastic, aluminiu, sticlă) și le-au adus cu părinții și profesorii la magazinul Kaufland Odăi, magazin în care se găsește un automat de reciclare. Aceștia au primit bonuri, centralizate de profesorii coordonatori și transmise pentru verificare echipei Act For Tomorrow. Pentru ca școala lor să câștige, elevii au avut ca temă să colecteze cât mai multe bonuri.

Peste **3.000 de elevi**, alături de famillie lor, au fost implicați în această activitate, la finalul căreia au fost colectate **48.220 de ambalaje**.

Echipa Act ForTommorow a vizitat săptămânal fiecare școală participantă în concurs pentru colectarea bonurilor și pentru a discuta cu profesorii coordonatori eventualele probleme apărute.

Cele trei premii au fost câștigate de:

1. **Premiul I**: 3.000 euro - Școala Gimnazială Nr. 139, cu 140 de puncte:
   Amenajarea unui foișor în curtea școlii;
2. **Premiul II**: 2.000 euro – Grădinița Nr. 185, cu 75 de puncte:
   Jucării și materiale didactice;
3. **Premiul III**: 1.000 euro - Școala Gimnazială Nr. 143, cu 70 de puncte:
   O imprimantă multifuncțională.

Proiectele dezvoltate împreună cu Kaufland au fost unele noi pentru România. Fie că vorbim despre cel mai simplu program de finanțare din țara noastră sau despre cel mai amplu program de protejare a apelor sau de organizarea unor evenimente prietene cu natura, vorbim despre pașii către sustenabilitate. Am început acest lucru împreună și îl vom continua și în următorii ani, împreună. Împreună ne dorim o Românie sigură, verde și sustenabilă.

ANDREI COȘULEANU
Fondator

ASOCIAȚIA INSTITUTUL DE CERCETARE ÎN PERMACULTURĂ DIN ROMÂNIA

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea Asociației este să dezvolte o reţea de oameni, inițiative, proiecte și centre demonstrative ce studiază, practică, cercetează activ și promovează permacultura în România.

Misiunea Asociației este de a susţine activ practica permaculturii în România pe planurile social, economic şi de mediu înconjurător prin cercetare, educaţie, comunicare, sprijinirea de inițiative și implementarea de centre demonstrative de permacultură, conectare cu instituţii naţionale şi internaţionale.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

893.000 lei

din care:

82,4%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

- Creștem Grădinescu

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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 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
Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu

CREȘTEM GRĂDINESCU

Programul „Creștem Grădinescu" este un instrument de finanțare lansat de Kaufland România și implementat de Institutul de Cercetare în Permacultură din România. În cadrul programului au fost susținute școli, grădinițe, organizații non-guvernamentale și grupuri de inițiativă civică din București și din țară pentru a dezvolta o Grădină Urbană Comunitară.

Programul a fost lansat în martie 2019, iar bugetul maxim acordat pentru o grădină urbană comunitară a fost de 10.000 euro.

Misiunea proiectului a fost de a stimula crearea de spații verzi, naturale, în aglomerarea mediului urban, de a încuraja educația ecologică, dezvoltarea conceptului de grădinarit urban, precum și agricultura sustenabilă.

În cadrul apelului de proiecte dedicat grădinilor urbane au aplicat 44 de organizații din care au fost alese 10 câștigătoare: 2 din București, 2 din Timișoara și câte una din Ploiești, Baia Mare, Pecica, Bacău, Bistriţa și Câmpia Turzii. Cele 10 organizații sunt: Asociația Parcul Natural Văcărești - București, Fundația de Sprijin Comunitar - Bacău, Școala Internațională - Baia Mare, Școala Gimnazială „Grigore Moisil" – Ploiești, Asociația Ruralis – Bistriţa, Universitatea de Vest Timișoara, Asociaţia Slow Food – Turda, Fundația Comunitară Timișoara, Asociația GIC Kiseleff – București, Liceul Gheorghe Lazăr - Pecica, Arad.

Rezultatele programului:

- 21.750 mp de grădini urbane comunitare amenajați
- peste **3.500 de persoane implicate direct** și 10.000 indirect în proiectele implementate în cadrul programului de finanțare

Grădinescu 2019 a presupus mentenanța celor 10 grădini urbane create în 2017 și 2018 în București și Alba Iulia. Proiectul a vizat creșterea implicării comunității în organizarea și mentenanța grădinilor, organizându-se peste 30 de ateliere practice de grădinărit și peste 20 de ateliere de socializare.

În cadrul proiectului, cei peste **1.500 de beneficiari direcți** au realizat peste 4.500 de ore de voluntariat. Pe lângă mentenanța grădinilor existente (Bucureștii Noi, Apărătorii Patriei, Barbu Văcărescu parcare și terasă, Alba-Iulia, Școala Nr. 143 și Școala 136, 2 sisteme hidroponice pe acoperișurile magazinelor din Bucureștii Noi & Apărătorii Patriei), a fost amenajată o nouă grădină - Grădinescu Kaufland Colentina.

Colaborarea cu Kaufland România ne-a dat posibilitatea să creștem ca organizație și să transformăm în realitate o parte importantă din viziunea noastră: o rețea națională de grădini urbane și o comunitate de oameni care practică activ un stil de viață responsabil și sustenabil. Am lucrat cu o echipă de oameni dedicați, vizionari, cu reală grijă pentru viitor, care ne-au sprijinit cu încredere și generozitate, alături de care suntem încrezători că putem dezvolta și concretiza în continuare proiecte de inovație eco-socială cu impact profund la nivel sistemic.

IONUȚ BĂDICĂ
Președinte

ASOCIAȚIA IVAN PATZAICHIN - MILA 23

O partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația sprijină dezvoltarea locală din Delta Dunării și din alte regiuni naturale din România. Misiunea asociației este de a proteja biodiversitatea culturală şi naturală a zonelor cu ape din România, de a readuce în actualitate tradiţiile românești, de a promova profilul cultural și pe cel natural ale Deltei Dunării și de a încuraja un stil de viață sănătos prin practicarea mișcării și sporturilor în aer liber.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

1,4 mil. lei

din care:

18,6%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Apele Unite ale României

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

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

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu

APELE UNITE ALE ROMÂNIEI (A.U.R.)

Apele Unite ale României (A.U.R.) este o campanie națională de educare și ecologizare, ce și-a propus asumarea responsabilității față de resursa apă – prin prevenirea poluării, desfășurarea de activități în natură și dezvoltarea de proiecte ce au la bază râul. Se adresează cetățenilor localităților cu deschidere la apă (cu o atenție specială dedicată copiilor) și stakeholderilor locali.

Campania a fost inaugurată pe 18 aprilie 2019, împreună cu Atelierul Mobil, în prezența copiilor de la Școala Gimnazială Eșelnița și Cercetașii României – Drobeta Turnu Severin, care își construiseră deja propriile canotci. Lor li s-au alăturat elevii de la Liceul Teoretic Traian Lalescu Orșova și sportivii de la Clubul Sportiv Școlar Orșova. După ce au strâns resturi și deșeuri aduse la mal de apă, copiii au plecat la plimbare pe Dunăre în canotci. La final au avut ocazia să se fotografieze cu Colanul de Aur, acordat în aceeași zi lui Ivan Patzaichin de COSR.

Atelierul Mobil a fost dezvoltat de către Viorel Gheorghe, antreprenor, din dorința de a dezvolta un proiect menit să ofere copiilor din satele și orașele României posibilitatea de a avea parte de momente de antrenament, delectare, cercetare si acumularea unor cunoștințe importante prin intermediul unui atelier de construcție a unei canotci. S-a alăturat din 2019 campaniei Apele Unite ale României (A.U.R.), unde a venit sub forma a două tipuri de ateliere pentru copii pentru realizarea unei canotci:

- Atelierul Mobil în școală - 3 săptămâni, copiii au construit canotca de la zero și apoi au ieșit cu ea pe apă. În 2019 au avut loc ateliere de trei săptămâni la: Drobeta Turnu Severin și Eșelnița (înainte de alăturarea la campania AUR), Sulina și Sfântu Gheorghe. Presupune organizarea unor ateliere de construcție de canotci în școli, aducând în actualitate un meșteșug vechi și nobil, aproape pierdut în România – construcția de bărci de lemn.

  Copiii devin timp de trei săptămâni marangozi, modelează lemnul, află care sunt regulile de bază ale fotografiei, aplică noțiuni de geometrie, fizică, economie și ecologie, exersându-și, totodată, gândirea critică și spiritul civic activ.

  La finalul atelierului, copiii au ocazia să testeze rezultatul muncii lor – printr-o plimbare pe Dunăre în barca pe care au construit-o.

- Atelier de o zi - prima lecție de construcție a bărcii. Copiii s-au familiarizat cu pașii construcției unei canotci și au realizat machete – într-un demers de a invita autoritățile locale să se implice în organizarea Atelierelor mobile (în campania Descoperă Rowmania, A.U.R.).

Descoperă Rowmania - România naturală văzută din barcă, inclus din 2019 în campania națională Apele Unite ale României, este un proiect care urmărește reconectarea oamenilor la natură, valorificarea patrimoniului hidrografic românesc, promovarea ecoturismului și a mișcării în aer liber prin sportul cu vâsle, dar și o mai bună înțelegere și interpretare a naturii. Mai mult, campania dorește să creeze coeziune în comunitățile locale și să aducă un plus de valoare ofertelor turistice din orașele românești cu un bazin hidrografic generos. Vedetele acestor festivaluri pe apă sunt canotcile de 10+1 locuri, care folosesc drept vehicul în competițiile sportive de viteză.

Rolul evenimentelor este și acela de a crea coeziune în comunitatea locală, participanții pot socializa, intra în competiție, se pot bucura de vâslit etc. În același timp se pot constitui și ca platforme de dezbatere în jurul unor teme mari: preocuparea pentru un stil de viață sustenabil, includerea sportului și a mișcării în aer liber în panoplia măsurilor de creștere a calității vieții, concepte moderne de turism (turism de bun simț, turism lent, ecoturism), protecția mediului, dezvoltare durabilă, activarea potențialului de dezvoltare locală, legătura dintre proiecte generate local și creșterea prosperității localităților respective etc.

În 2019 a cuprins o serie de evenimente (mini festivaluri pe apă) organizate în mai multe orașe străbătute de râuri sau cu deschidere la lacuri: Călărași, Giurgiu, Cluj-Napoca, Sibiu, Făgăraș, Alba Iulia, Tulcea, Ceahlău și Constanța. Turneul național s-a încheiat cu finala națională, la cea de-a noua ediție a RowmaniaFEST – Festivalul Internațional al Bărcilor cu Vâsle, care a avut loc la Tulcea în perioada 30 august – 1 septembrie 2019.

Pentru o mai bună transmitere a mesajului despre importanța îngrijirii apelor, evenimentele de activare au inclus și o componentă de **ecologizare** a zonei în care se desfășura activitatea. Persoanele care au dovedit o implicare mai intensă au fost premiate cu cărți: "Ascultându-l pe Ivan" de Vintilă Mihăilescu, pentru adulți și banda desenată "Mila 23", pentru copii.

Întâlnirile consultative au fost o altă componentă esențială a campaniei și au oferit invitaților prilejul de a discuta pe baza proiectelor demarate (Amenajare zonă de agrement și debarcader pe Râul Mureș, Someș Delivery) și de a identifica noi oportunități de dezvoltare, pornind de la crearea de infrastructură în relație cu apa. Astfel de activități (înot, plimbare pe apă în propriile ambarcațiuni, plimbare pe malurile râului, festivaluri și concerte lângă apă) sunt din ce în ce mai apreciate de populație, însă ele sunt posibile doar în condițiile unei amenajări corespunzătoare a râurilor, astfel încât să necesite costuri minime din partea organizatorilor sau să fie ușor accesibile pentru cetățeni.

Pe 1 septembrie 2019, de Ziua Biosferei Delta Dunării, a avut loc **conferința națională Apele Unite ale României – AUR pentru 2030. Conferința națională pentru conștientizarea rolului râurilor în consolidarea comunităților durabile din România și experiența de activitate recreativă pe apă**. Ea a fost inclusă în programul de activități al RowmaniaFEST – Festivalul Internațional al Bărcilor cu Vâsle.

Conferința a avut rolul de a identifica soluții de promovare, în rândul cetățenilor, a principiilor sustenabilității în privința dezvoltării locale bazate pe potențialul economic și identitar al apelor.

Au fost prezentate acțiunile desfășurate în preajma apelor, ca exemple de bune practici ce pot fi replicate, derulate de Asociația Ivan Patzaichin – Mila 23, World Wild Fund România, proiectul Someș Delivery (la Cluj-Napoca), primăria Fărcașa, jud. Neamț, primăria Panaci, jud. Suceava, primăria municipiului Făgăraș, primăria municipiului Alba Iulia și proiectul Water Music Festival Ceahlău (jud. Neamț).

Beneficiarii direcți ai campaniei au fost cei peste **15.000 participanți** la competițiile de vâslit, acțiunile de ecologizare, atelierele pentru copii, întâlnirile consultative, conferință, inițiatorii celor 32 de inițiative înscrise pe platforma AUR și ale celor opt proiecte înscrise la Ordinul ACoR pentru AUR.

Am început în 2018 un proiect la care țin foarte mult, Apele Unite ale României. Și am avut norocul ca până în prezent să conving să ni se alăture oameni de ispravă și organizații în care am încredere.

Împreună, vrem să îndemnăm comunitățile să își iubească râurile care le traversează localitățile, pentru că un râu îngrijit, curat și sănătos înseamnă nu doar potențial economic, ci contribuie și la crearea unei imagini frumoase a locului respectiv. Sunt recunoscător că am putut lucra cu Kaufland România, care în 2019 a făcut posibil ca noi să ne adresăm în special copiilor, de a căror educație depinde viitorul nostru, al tuturor. Astfel, prin orașele în care am ajuns cu caravana Descoperă Rowmania, am putut invita aproximativ 1.300 de copii să ni se alăture în activitățile din jurul râului, iar în două școli din Delta Dunării am putut organiza ateliere de trei săptămâni, în care elevii și-au construit propriile bărci.

IVAN PATZAICHIN
Fondator

ASOCIAȚIA GREEN REVOLUTION

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

„We make urban life style greener" este viziunea pe care Asociația Green Revolution o are pentru următorii 5 ani. Asociația Green Revolution este prima organizație non-guvernamentală de ecologie urbană din România, care a apărut acum 11 ani și care militează pentru orașe mai curate și mai sănătoase.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

5,9 mil. lei

din care:

14,48%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• l'Velo Urban

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
   Îmbunătățirea competențelor personale
2. 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
Servicii noi sau îmbunătățite
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?
Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu

I'VELO URBAN

Într-un București tot mai poluat și congestionat, locuitorii au nevoie de alternative mai sănătoase și sigure de transport urban, accesibile oricui. Green Revolution susține cauze legate de protecția mediului în zona urbană, prin promovarea transportului alternativ sustenabil, prin crearea de infrastructură și campanii de conștientizare, modificări legislative.

I'Velo Urban este un sistem de închiriere de biciclete self-service, similar cu cel din marile capitale europene, un sistem pentru deplasarea rapidă în București. Rețeaua acoperă zona centrală a Capitalei și principalele puncte de interes și acces la alte mijloace de transport in comun.

Dezvoltarea și upgradarea sistemului I'Velo Urban a continuat în 2019 prin optimizarea soluției de soft și hardware, prin dezvoltarea aplicației mobile I'Velo, dezvoltarea de servicii și pachete integrate, beneficiile fiind folosirea cât mai simplificată a acestora de către utilizatori.

Susținerea Kaufland România a proiectului I'Velo Urban a contribuit semnificativ la îmbunătățirea mediului în care trăim în zona urbană. Proiectul contribuie la îmbunătățirea calității vieții unui oraș, a locuitorilor acestuia, prin reducerea amprentei de carbon, prin economia de timp, prin mișcarea fizică pe care o fac.

În 2019, numărul total de **închirieri** a fost de **28.412**.

Știm că ideile creative și acțiunile de valoare pot schimba atitudini și transforma vieți. Credem în reconstruirea orașelor pe principii sustenabile și în protejarea mediului înconjurător. Cunoaștem în detaliu vulnerabilitățile politicilor de mediu, dar și jucătorii implicați în domeniu. Green Revolution a găsit în Kaufland un partener care are viziunea și dorința de a îmbrățișa proiecte ambițioase și revoluționare de dezvoltare durabilă, o zonă în care impactul este unul care se vede pe termen mediu și lung. Un parteneriat bazat pe respect, transparență și profesionalism.

Misiunea noastră este de a continua acest parcurs, astfel încât mersul pe bicicletă să devină o obișnuință în peisajul unui oraș ca Bucureștiul. Împreună ne dorim să convingem cât mai multe persoane că bicicleta este un mijloc de transport utilitar, rapid, accesibil, dar și un mijloc de relaxare, vital într-o capitală europeană.

RALUCA FIȘER
Președinte

VIITORPLUS - ASOCIAȚIA PENTRU DEZVOLTARE DURABILĂ

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

ViitorPlus – asociația pentru dezvoltare durabilă este o organizație non-profit, neguvernamentală, independentă, înființată în anul 2006 cu scopul de a participa la transpunerea în practică a conceptului de dezvoltare durabilă (sustenabilă). Dezvoltarea durabilă valorifică interconexiunile dintre planurile de mediu, uman, economic și social care fundamentează civilizația umană în așa fel încât generațiile actuale și cele viitoare să-și poată satisface nevoile și să-și poată păstra oportunitățile.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

2,4 mil. lei

din care:

38%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Recicleta

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
   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

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu

RECICLETA

RECICLETA este o întreprindere socială, colector autorizat, care oferă un serviciu de transport ecologic al materialelor reciclabile, cantități mici și medii de hârtie, carton, PET, folie plastic și doze de aluminiu.

Modelul logistic RECICLETA urmărit este last-mile pick-up și folosește mijloace de transport alternative nepoluante, în special cargo-triciclete asistate, 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 prin îmbunătățirea calității vieții în orașele medii și mari, din ce în ce mai poluate și aglomerate din cauza transportului pe bază de combustibil fosil.

Modelul logistic de last mile delivery și/ sau pick-up pe bază de biciclete, cargo-triciclete/biciclete este o alternativă valoroasă pentru decongestionarea traficului în centrele orașelor. În condițiile unei economii liniare în care cea mai mare parte a ambalajelor și produselor ajung la groapa de gunoi sau la incinerat, RECICLETA și VIITORPLUS promovează comportamente conștiente și responsabile, bazate în primul rând pe reducerea deșeurilor, prin soluții alternative de cumpărare și consum, atfel încât deșeurile să fie generate în cantități din ce în ce mai mici și cele care sunt reciclabile să fie colectate separat corect și predate unui colector autorizat care garantează valorificarea.

România valorifica în 2017 doar 14% din deșeurile municipale, prin reciclare și compostare, restul ajungând la gropile de gunoi neconforme, la incinerat sau în mediu. De asemenea, prin toate programele ViitorPlus, asociația încurajează relansarea producției și distribuției în spiritul Economiei Circulare, bazate pe eco-design și procese care asigură reîntoarcerea în economie a tuturor ambalajelor și produselor, cu efort, costuri și impact cât mai mici și cu o valoare cât mai ridicată a produselor reparate, recondiționate, reciclate și recomercializate. Pentru a asigura generațiilor viitoare condiții bune de viață, atât producătorul, cât și consumatorul trebuie să se angajeze că vor reduce orice fel de risipă, în următorii 10 ani, care în acest moment se traduce prin deșeuri vizibile și invizibile, poluarea solului, apei și a aerului.

Kaufland România a susținut extinderea și dezvoltarea 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 în 2018 și 20 de instituții de învățământ în 2019, ajungând la peste 60.000 de beneficiari direcți deserviți gratuit în sectorul 2, București.

În 2019, asociația și-a concentrat eforturile pe:

- mentenanța serviciului de colectare pentru locatarii din cele 600 de scări de bloc existente;
- extinderea programului în cele 10 licee și 10 școli generale din sectorul 2;
- comunicarea programului și a importanței reducerii consumului și a reciclării în mass-media și online;
- educație pentru mediu prin evenimente deschise publicului larg, prin susținerea de sesiuni educaționale pentru peste **10.000 de elevi** ai celor 20 de școli, cu scopul reducerii deșeurilor, refolosirii și colectării separate corecte a materialelor pentru reciclare;
- dezvoltarea componentelor programului pentru sustenabilitate pe termen lung, prin obținerea autorizării de colector, dezvoltarea sistemului digital de comenzi și mărirea portofoliului de clienți firme cu 27%, clienți care plătesc taxa de reciclare, deservind peste 10.000 de angajați.

În 2019, asociația a colectat peste **81.000 de kilograme de materiale reciclabile și carton** în recipientele de colectare special amplasate în scările de bloc și școli, un serviciu oferit gratuit și constant, folosind transport nepoluant. Per total program, RECICLETA a colectat și salvat peste 146.000 de kilograme de materiale reciclabile, deservind peste **70.000 de beneficiari** (locatari ai scărilor de bloc, elevi și angajați firme), a salvat 1.800 de arbori salvați de la tăiere prin reciclarea hârtiei, a susținut 10 locuri de muncă verzi, din care jumătate ocupate de persoane defavorizate.

Ne bucurăm că în anul 2019 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 3 ani de parteneriat, am menținut și extins serviciul gratuit de colectare la 600 de scări de bloc și 20 de unități de învățământ, cu peste 60.000 de locuitori din sectorul 2, beneficiari direcți. Datorită parteneriatului cu Kaufland România, dispunem de resursele necesare pentru îmbunătățirea constantă a modelului de colectare separată cu cargo-triciclete, și mai nou o mașină utilitară electrică: de la îmbunătățirea metodelor de conștientizare a beneficiarilor cu privire la nevoia de a reduce și a recicla, la mărirea flotei electrice, până la creșterea numărului de clienți firme care plătesc taxa de reciclare. Eficientizarea activității, dezvoltarea programului, demonstrează că RECICLETA este o soluție ecologică și viabilă de transport, un model de bună practică ce crește șansele adoptării de către administrațiile locale din țară, dar și de către companii private de livrare și curierat.

TEIA MARINA CIULACU
Președinte

ASOCIAȚIA STAR EDUCATION

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația Star Education este o organizație neguvernamentală, creată în anul 2007, care de-a lungul timpului s-a remarcat prin proiectele educative pe care le-a realizat la nivel local și național. Principalele domenii de activitate ale asociației sunt educația ecologică și dezvoltarea profesiilor din industria muzicală.

NUMĂR PROIECTE: 1

- Ecofrecvența

ECOFRECVENȚA

Emisiunea Ecofrecvenţa este un demers jurnalistic, unic pe piața media din Romania, de sensibilizare a publicului cu privire la problemele legate de mediul înconjurator. Zoli Toth, realizatorul Ecofrecvența, are în spate o bogată activitate în domeniul protecţiei mediului, activitate premiată nu de puține ori în cadrul unor evenimente de profil.

De zece ani, în fiecare zi, la Național FM sunt difuzate șase pastile cu durata de un minut, în care sunt prezentate teme de protecția mediului, încurajarea consumului de produse locale, consumul responsabil de resurse, energii alternative, viață sănătoasă, colectarea selectivă a deșeurilor ș.a.

Interviurile Ecofrecvenţa sunt a doua componentă a proiectului, desfășurate în emisiunea săptămânală, cu durata de o oră, difuzată în fiecare miercuri la ora 13:00. În cadrul interviurilor, Zoli Toth are invitaţi reprezentanţi ai ONG-urilor și companiilor care desfășoară proiecte de mediu, personalități din aparatul administrativ care lucrează în proiecte legate de protecția mediului, dar și influenceri care sunt implicați în proiecte sociale, culturale sau educative.

Număr beneficiari: **40.000 de 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 partenerul Ecofrecvența din 2016. În această perioadă numărul emisiunilor live și al invitaților aproape s-a triplat.

Frumusețea proiectului stă în faptul că promovăm oameni care își doresc să pună umărul la dezvoltarea armonioasă și sustenabilă a României, promovăm idei care au devenit certitudini. Promovăm în mod natural proiecte dedicate mediului și tehnologiilor avansate, dar și proiecte culturale, educaționale, de implicare socială, sport sau viață sănătoasă.

Am bucuria să văd zilnic peretele cu poze ale schimbării. Prin ajutorul și pasiunea nemărginită a Annei-Katharina Scheidereiter și ale echipei pe care o conduce, Kaufland România a ajuns să schimbe destine, să transforme plânsul în râs și statul degeaba în acțiune. Continuitatea și bucuria de a-i ajuta pe alții sunt lucrurile care mă fac să zâmbesc și să mulțumesc Kaufland România pentru parteneriatul frumos pe care îl avem de fiecare dată când intru în studioul radio. Mă bucur enorm să știu că avem un proiect așa de frumos și că nu o facem doar pentru astăzi, ci mai ales pentru viitor.

ZOLI TOTH
Realizator Ecofrecvența

ASOCIAȚIA SOLAR DECATLON BUCUREȘTI

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

EFdeN este un hub urban care dezvoltă competențe practice și proiecte educaționale și de cercetare, pentru protejarea naturii.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

3,1 mil. lei

din care:

4,8%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• EFdeN Solar Garden

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
   Îmbunătățirea competențelor personale
2. 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
Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?
Impactul asupra mediului

Educație pentru mediu

EFDEN SOLAR GARDEN

Asociația are o vechime de peste 6 ani, timp în care a implementat cu succes 12 proiecte. Este formată din peste 50 de studenți și proaspăt absolvenți pasionați de sustenabilitate și schimbare, care lucrează interdisciplinar în 10 departamente diferite.

EFdeN este primul partener local al implementării „New Urban Agenda" stabilită la Conferința United Nations Habitat III și se implică activ în atingerea Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă.

Asociația dezvoltă proiecte și comunități de oameni care vor să transforme România și orașele în care și-ar dori să trăiască și se concentrează pe sustenabilitate și schimbări climatice, tineret și mediu.

EFdeN Solar Garden - powered by Kaufland a fost deschisă publicului în cadrul Neversea, în perioada 4 -7 iulie 2019, și în cadrul UNTOLD, în perioada 1 - 4 august 2019.

EFdeN Solar Garden a fost proiectată să răspundă problemelor legate de spațiul dedicat pentru odihnă și relaxare din cadrul festivalurilor, reprezentând locul ideal pentru încărcarea sustenabilă a telefoanelor prin intermediul energiei solare.

Ea însemnat un loc de socializare și încărcare a bateriilor, ale participanților și ale gadget-urilor lor, cu energie verde captată de copacul cu 12 panouri fotovoltaice în jurul căruia se puteau face și poze panoramice 360°, perfecte pentru amintiri și rețele sociale.

Pentru a atrage un număr cât mai mare de oameni care să ia contact cu conceptul de sustenabilitate, în cadrul festivalurilor a fost pregătit un chestionar interactiv pe această temă, susținut de cei mai tari oameni din stand-up comedy - Cristi Popesco, Dan Frînculescu și Sorin Pârcălab, cu 50 de premii pentru oamenii care au ales să se implice.

Creăm un viitor sustenabil când investim și în educarea celor mai puțini sustenabili. Identificând obiceiurile nesustenabile și schimbând mentalități, reușim să promovăm exemple de bune practici. Susținuți de Kaufland, am reușit să promovăm sustenabilitatea la cele mai mari festivaluri de muzică fiind alături de participanți. Proiectul Solar Garden a constat în crearea unei zone de relaxare, cu încărcare cu energie verde, înconjurați de natură, dar păstrând atmosfera de festival, timp în care publicul interacționa cu voluntarii EFdeN pentru identificarea obiceiurilor din domeniul reciclării sau a utilizării resurselor existente. În funcție de tipologia în care se încadrau participanții, cei 3 actori de stand-up comedy au pregătit zeci de mesaje de încurajare pentru adoptarea unui stil de viață mai sustenabil.

IOANA CSATLOS
Președinte

ASOCIAȚIA PARCUL NATURAL VĂCĂREȘTI

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea asociației este ca natura să devină componenta majoră a infrastructurii urbane, cu rol major în educație, recreere, sănătate și reglare a climei.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

759.000 lei

din care:

12%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Bucharest MTB Race 2019

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

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

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?
Impactul asupra ONG-ului

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?
Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu

BUCHAREST MTB RACE 2019

Parcul Natural Văcărești este primul parc natural situat în mediul urban din România. Se întinde pe o suprafață de 184 de ha și are în alcătuire zone umede cu stufăriș și bălți, zone de pajiști și arbori, totul dezvoltat natural în ultimii 25 de ani. Asociația Parcul Natural Văcărești este entitatea care a coordonat operațiunile de înființare ale parcului și care în momentul de față supraveghează desfășurarea activităților de protecție și conservare a speciilor și habitatelor din parc.

În data de 26 octombrie 2019, Asociația Parcul Natural Văcărești (APNV) și Bikexpert Racing Team au organizat, cu sprijinul Kaufland România, a treia ediție a concursului de Mountain Bike „București MTB Race", în Parcul Natural Văcărești. Competiția a presupus parcurgerea unui traseu cu o lungime de aproximativ 6 km, care cuprinde porțiuni de asfalt, dar mai ales zone off-road desemnate pe digul care împrejmuiește parcul și pe poteca principală a acestuia, în afara zonelor de protecție, astfel încât prezența cicliștilor sa aibă impact zero asupra ecosistemului.

Evenimentul vine în întâmpinarea iubitorilor de natură, a cicliștilor amatori și profesioniști care doresc să-și testeze abilitățile pe două roți, având alături peisajul unic al zonei umede Parcul Natural Văcărești. În plus, concursul promovează parcul Văcărești ca spațiu propice organizării activităților sportive, de recreere sănătoasă, cu impact zero asupra naturii, dar și voluntariatul și implicarea comunității – **100 de voluntari** au fost implicați în desfășurarea concursului.

Ediția din 2019 a adunat la start **170 de participanți**, atât din țară, cât și din afara ei. Datorită traseului prietenos şi popular, București MTB Race a atras, pe lângă atleții de performanță, şi cluburile sportive și cicliști amatori.

Ciclismul în Parcul Natural Văcărești este o acțiune permisă de regulamentul aprobat de Ministerul Mediului în august 2016. Practicarea activităților sportive în parc face parte din strategia administratorului ariei naturale - APNV, de a dezvolta la Văcărești 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).

Prin programele de finanțare, Kaufland România sprijină transformarea Parcului Natural Văcărești într-un spațiu în care oamenii și natura sunt în armonie. Promovarea activităților sportive și a celor de recreere sănătoasă este unul dintre obiectivele de bază ale parcului. Prin prezența sa, Kaufland România contribuie direct la împlinirea acestui obiectiv.

DAN BĂRBULESCU
Director Executiv

ASOCIAȚIA INDUSTRII CREATIVE

O partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea asociației este de a angrena comunități creative și culturale la nivel național și european, prin acțiuni care promovează spiritul proactiv, contributiv și participativ. Asociația Industrii Creative funcționează în scopuri culturale, economice, sociale, educative și umanitare, promovând valorile sale fundamentale: excelența, creativitatea, inovația, inițiativa, pasiunea, performanța, autenticitatea, pragmatismul și perseverența.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

374.800 lei

din care:

57%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Amenajare pârtie Iași pe timpul verii - Rocanotherworld

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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 stabilit o legătură
   S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu

AMENAJARE PÂRTIE IAȘI PE TIMPUL VERII - ROCANOTHERWORLD

Proiectul și-a propus să ofere atenția cuvenită unui spațiu important pentru comunitatea locală din Iași - pârtia Sărărie. Situată în oraș și accesibilă oricărui mijloc de transport, pârtia, alături de pădurea din jur, reprezintă locația verde și naturală unde îți poți petrece timpul liber, indiferent de vârstă.

Iașiul este un oraș aflat într-o continuă ascensiune și dezvoltare, atât la nivelul comunității, cât și a spațiului urban clasic, oferit de străzi și clădiri. Pârtia din Iași găzduiește diverse evenimente locale, însă din lipsa unui plan urbanistic coerent, aceasta a fost neglijată, fiind folosită cu precădere în anotimpul rece, de către amatorii de sporturi de iarnă.

Pentru a maximiza prezența acestui loc natural, aflat în centrul orașului, asociația și-a dorit ecologizarea și amenajarea spațiului și pentru perioada caldă (primăvară-vară-toamnă). Este un proiect destinat în primul rând ieșenilor, care au nevoie de un mod alternativ de a petrece timpul liber.

Întregul sistem de reamenajare este eco-friendly, iar intervențiile în spațiu sunt non-intruzive, în armonie cu mediul natural, prin implementarea unui sistem de colectare selectivă și iluminatul cu energii alternative, regenerabile.

Pârtia de schi este situată în centrul Iașiului, în zona Copou, un reper al acestui oraș. Acesta este un amfiteatru natural, aflat între păduri, ce este gazda a două festivaluri îndrăgite, precum Rocanotherworld (organizat de Asociația Industrii Creative) și Rock'n'Iași, incluse în strategia de turism al Iașiului.

Beneficiarii direcți ai proiectului sunt comunitatea ieșeană și comunitățile din apropierea Iașiului, turiștii care vin în vizită, precum și participanții festivalurilor desfășurate pe pârtie – Rocanotherworld, la care au participat **40.000 de persoane** și Rock'n'Iași, la care au participat **15.000 de persoane**.

Componentele amenajării pârtiei au fost:

- Ecologizare - strângerea gunoaielor și curățarea vegetației uscate și a buruienilor de la poala pădurii, șanțurile ce delimitează pârtia de pădure și o porțiune de câțiva metri adâncime din cele două zone de pădure.
- Colectare selectivă - amplasarea sistemelor de colectare selectivă, scrumiere cu rezervor detașabil, în partea superioară și inferioară a pârtiei.
- Iluminat - iluminatul general al pârtiei este asigurat de municipalitate prin instalația existentă, conform unui program de vară/iarnă. Iluminarea OAZEI se face prin sisteme alternative de tip fotovoltaic sau dinam și are două componente: iluminat general – cu lămpi de tip stradal și iluminat ambiental - cu lumini tip ghirlandă.
- Oaza - aceasta se află într-un luminiș și este un ansamblu de platforme de lemn pentru stat, citit, dezbateri, mese pentru picnic și jocuri, leagăne și hamace etc.
- Oaza educațională - este un ansamblu de instalații educative pentru copii și nu numai, ce are în componență instalație de ascultat natura, bancă de privit cerul, alee tip podină de lemn pentru observat flora și fauna, panouri informative etc.
- Circulație - montarea a 4 podețe de trecere peste șanțurile de pe lateralele pârtiei pentru a facilita accesul în pădure. Circulațiile pietonale, precum și cele de biciclete sunt în principal alei de pământ bătucit.
- Alveole cu locuri de stat - au fost executate și montate locuri de stat în diverse tipologii (blocuri mari de piatră, bușteni, platforme de lemn) în luminișuri mici.
- Activități în aer liber - montarea de slackline-uri, plase de sfoară pentru cățărare, traseu de echilibristică pe bușteni, nefiind necesare echipamente speciale sau personal auxiliar.
- WC vidanjabil cu rezervor de apă și lavoar - achiziționarea a două WC-uri ecologice amplasate la partea inferioară și superioară a pârtiei, iar mai apoi împrejmuirea cu o structură de lemn, pentru a anula caracterul lor intruziv.

Iașiul, un important oraș al României, atât la nivel universitar, academic, cât și la nivel de IT, deși a cunoscut o creștere semnificativă în ultimii ani la nivelul locuitorilor, atenția companiilor naționale cu privire la acțiunile de CSR a rămas foarte mică. Kaufland România, prin implicarea în acest proiect de anvergură, a demonstrat că susținerea mai multor puncte de interes ale țării atrage cu sine o mobilizare a comunității locale și o creștere semnificativă a participării active a cetățenilor, prin acțiuni de voluntariat, implicare civică și socială, astfel încât dezvoltarea țării să fie una unitară.

ROXANA PATRICIA BUTUCEL
Președinte

ASOCIAȚIA CLUB SPORTIV MPG

O partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației este creșterea calității vieții oamenilor prin promovarea sportului și a nutriției pentru o viață sănătoasă; susținerea persoanelor dezavantajate pentru practicarea mișcării; protejarea mediului înconjurător prin ecologizarea zonelor în care se desfășoară activități sportive.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

1,4 mil. lei

din care:

3,2%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• ECO BUCURIE – proiect de ecologizare trasee de ciclism

**Proiectele dezvoltate de Asociația Club Sportiv MPG, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Mediu și Sport & Sănătate*

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse (ex. alimente, haine, etc.)
Participarea voluntară a angajaților Kaufland România la desfășurarea proiectului

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
   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

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?
Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu

ECO BUCURIE – PROIECT DE ECOLOGIZARE TRASEE DE CICLISM

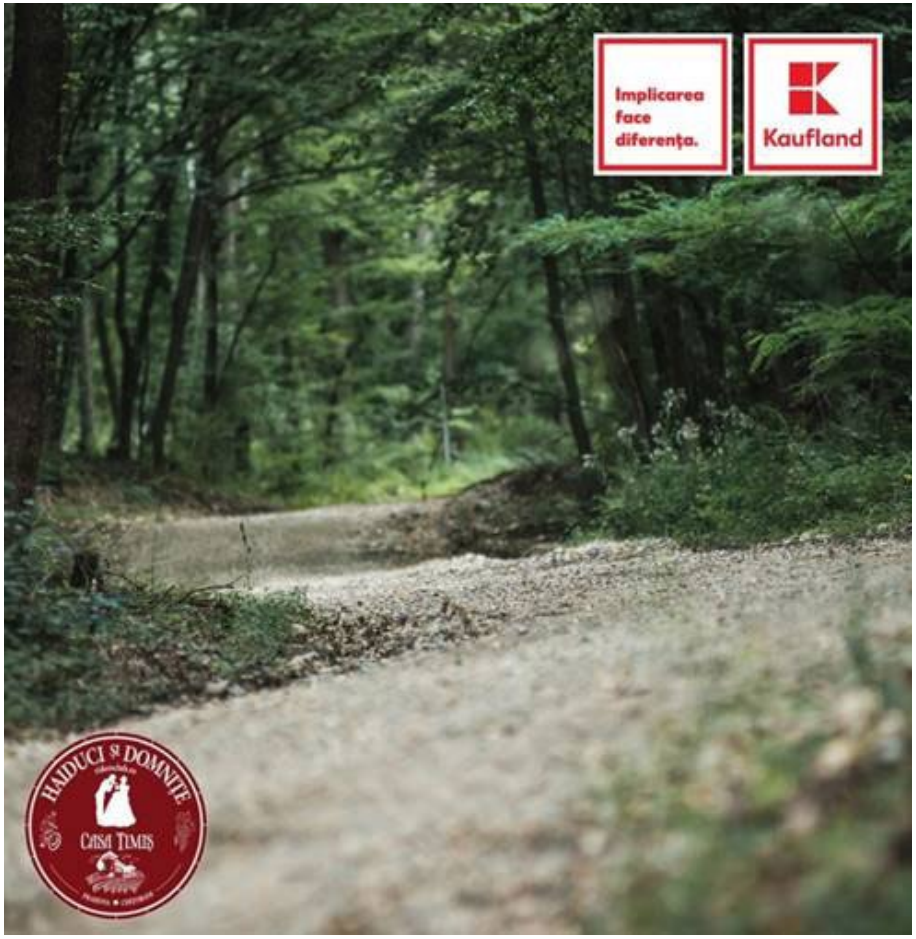
De peste 8 ani, Asociația Club Sportiv MPG este implicată în campanii de ecologizare a traseelor de ciclism și alergare în natură, promovează importanța protejării mediului înconjurător, dezvoltă proiecte împreună cu autoritățile locale (acolo unde este posibil) și implică voluntari sub atenta îndrumare a oamenilor specializați în acest domeniu.

Proiectul asociației, Eco Bucuria, presupune ecologizarea traseelor evenimentelor de ciclism și alergare, trasee ce străbat păduri, parcuri naturale și zone protejate. Până acum, asociația a ecologizat peste 16 trasee montane din pădurile și zonele de tip rezervație naturală unde au fost organizate evenimente: zona de pădure Șotrile și Cheile Doftanei, Pădurea Carcinov, zona de pădure Câmpulung-Lerești, Pădurea Căldărușani, Pădurea Vârbila, zona Prundu-Dunăre, Parcul Natural Bucegi, Parcul Natural Piatra Craiului.

Kaufland România a fost partener oficial al activității de ecologizare a traseelor evenimentului Haiduci și Domnițe, care a avut loc în data de 12 octombrie 2019. Evenimentul a făcut parte din calendarul Riders Club, cea mai mare comunitate de cicliști amatori din România și s-a desfășurat în zona Chitorani, Prahova, la 80 km de București, cu trasee prin pădurea Varbila și viile din zonă, unde au participat peste 800 de cicliști.

Asociația Club Sportiv MPG, împreună cu MPG România au o frumoasă poveste derulată pe parcursul a 25 de ani de activitate, în care s-au construit și dezvoltat proiecte exclusiv pentru oameni, pentru pasiunile lor sportive, pentru o viață mai bună într-un mediu mai curat. Povestea noastră are multe capitole frumoase și emoționante, momente de viață speciale în care au triumfat prietenia, colaborarea, bucuria de a fi împreună, ceea ce crește semnificativ șansele oricărei reușite. Kaufland România a fost printre cei care au contribuit la misiunea noastră de a aduce bucurie în sufletul oamenilor, în special a celor dezavantajați. De asemenea, Kaufland, prin asocierea cu proiectele noastre ecologice, inspiră oamenii să ia atitudine pentru a stopa orice formă de poluare a mediului înconjurator. Mulțumim, Kaufland România!

CĂTĂLIN MOCUȚA
Președinte



KAUFLAND

PROIECT SPECIAL
DONAȚIE MAȘINI ELECTRICE

Protejarea mediului înconjurător este un obiectiv de bază al Kaufland România, iar acest lucru se traduce prin inițiativa devenită deja tradiție de a dona mașini electrice colaboratorilor săi. În 2019, Asociația CIA Coaching in Alergare și Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile au fost beneficiarii celor două mașini electrice donate.

34 ASOCIAȚII

58 PROIECTE

53.808 BENEFICIARI

SOCIAL

Fundația Hope and Homes for Children România 92
Asociația Magic 95
Asociația Habitat for Humanity România 97
Asociația 11even 101
Asociația OvidiuRo 104
Asociația Reality Check 108
Asociația SOS Satele Copiilor România 112
Organizația Salvați Copiii 116
Fundația Inovații Sociale Regina Maria 120
Asociația Somaro 122
Fundația de Sprijin Comunitar 124
Fundația Policy Center for Roma Minorities 127
Fundația Hospice „Casa Speranței" 131
Asociația Aici Pentru Tine 133
Asociația Banca pentru Colectarea și Distribuția Alimentelor 135
Organizația Suedeză pentru Ajutor Umanitar Individual 137
Asociația Libra 140
Asociația Lindenfeld 144
Asociația More than a Smile 148
Asociația Șansa Ta 150
Asociația Speranță Pentru Copii 153
Fundația Pentru Smurd 156
Fundația Viață și Lumină 159
Asociația „Sfântul Nicolae și Sfântul Efrem cel Nou" 161

FUNDAȚIA HOPE AND HOMES FOR CHILDREN ROMÂNIA

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea fundației este cea a unei lumi în care niciun copil nu va mai trebui să treacă prin coșmarul instituționalizării. Misiunea Hope and Homes for Children este continuarea reformei sistemului de protecție a copilului din România, eliminând instituționalizarea.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

18,1 mil. lei

din care:

4%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

- Fiecare copil contează!

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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. A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului

FIECARE COPIL CONTEAZĂ!

„Fiecare copil contează!" este un proiect multi-anual, desfășurat pe perioada 2017-2020. Proiectul a fost implementat în județele Neamț și Botoșani și are mai multe componente:

- Construcția a trei case de tip familial în județul Neamț;
- Integrarea copiilor/tinerilor instituționalizați în familii naturale sau în structuri familiale deja existente;
- Integrarea socio-profesională a tinerilor care ies din sistemul de protecție a copilului;
- Sprijin pentru tranziția tinerilor care părăsesc sistemul de protecție în viața independentă prin construcția unui Centru de Tranzit în județul Botoșani cu o capacitate de 10-12 locuri.

Prima din cele trei case de tip familial, „Felicia", a fost inaugurată în 2019, unde s-au mutat 12 copii din Centrul de Plasament Elena Doamna, din Piatra Neamț.

În același an, fundația a prevenit separarea de familie a 12 copii, a reintegrat în familiile naturale 5 copii și a sprijinit spre integrarea socio-profesională 21 de tineri ce au părăsit sistemul de protecție. De asemenea, 30 de specialiști din sistemul de protecție al județului Neamț au primit pregătire profesională.

Următoarele două case de tip familial vor fi inaugurate pe parcursul anului 2020. La nivel județean, impactul inaugurării primei case este substanțial. Contribuția Kaufland România a însemnat închiderea unui centru de plasament din cele 3 existente în ultimii 10 ani, în județul Neamț, reformând practic o treime din sistemul de protecție. Impactul pozitiv semnificativ este dat și de componenta de pionierat: centrul de plasament Elena Doamna a fost primul centru de plasament închis în acest județ, oferind astfel un exemplu de bună practică autorităților și comunității.

Noi, la Hope and Homes for Children, visăm la o lume în care niciun copil nu va mai crește în grija statului, fără iubire părintească. O lume în care niciun tânăr nu va mai eșua, lipsit de abilitățile necesare unui trai independent. Parteneriatul strategic cu Kaufland România transformă acest vis în realitate, contribuind în mod direct la oferirea unui mediu familial copiilor ce se află în centre de plasament, dar și la menținerea în familie a celor care riscă instituționalizarea. Alături de Kaufland România, echipăm tinerii care ies din sistemul de protecție cu cele necesare unei vieți independente. Toate aceste efecte pozitive sunt potențate de investiția pe termen lung pe care Kaufland România o face în comunitate. În numele tuturor copiilor și tinerilor a căror viață a fost profund îmbunătățită, vă mulțumim!

ȘTEFAN DĂRĂBUȘ
Director Regional pentru Europa Centrală și de Sud

ASOCIAȚIA MAGIC

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației este ca în următorii cinci ani să devină principala organizație din România pentru sprijinirea familiilor ce au un copil cu afecțiuni cronice.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

8,1 mil. lei

din care:

4%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• MagicBOX

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
   Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legatură
   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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

MAGICBOX

MagicBOX este un colet care pleacă în fiecare lună spre familiile în viața cărora a pătruns un diagnostic nemilos.

Pachetul, în valoare de 350 de lei, conține alimente de bază, alimente neperisabile, îmbrăcăminte, încălțăminte, produse de igienă personală, rechizite, jucării sau alte produse care răspund nevoii imediate, pentru ameliorarea situației materiale a familiei, pe toată perioada cât copilul se află în tratament și este ținut sub observație de medici.

Beneficiarii sunt familii vulnerabile, afectate de un diagnostic medical grav. Toți beneficiarii care ajung în program sunt validați de echipa asociației dupa discuții cu medicii, anchete sociale, vizite la familii și discuții cu acestea.

În 2019, Kaufland România a susținut proiectul MagicBOX, care a ajuns la **400 de familii** din toată țara, care au un copil grav bolnav. MagicBOX tratează nevoile întregii familii, nu doar pe cele ale copilului bolnav.

După cum bine știți, Asociația Magic sprijină financiar, material și emoțional familiile cu un copil grav bolnav (diagnostic oncologic, arsuri grave, boli ale sângelui). Proiectele noastre au început cu taberele de vară pentru copiii diagnosticați cu cancer, iar acum îmbunătățim întregul univers al familiilor pe care le susținem prin proiectele şi programele pe care noi le dezvoltăm. Kaufland România a fost partenerul Magic de la început și în mai multe dintre aceste proiecte. Nu am fi ajuns aici fără voi. Sperăm să ne rămâneți un prieten pe care să ne putem baza ca și până acum și să schimbăm vieți împreună.

ANDREEA BRÎNZOIU
Membru fondator

ASOCIAȚIA HABITAT FOR HUMANITY ROMÂNIA

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea Habitat for Humanity este o lume în care toți oamenii au posibilitatea să locuiască decent.
Obiectivele pe termen mediu se referă la creșterea numărului de beneficiari deserviți și astfel la reducerea numărului de oameni care locuiesc în condiții precare, la creșterea gradului de prevenire și răspuns la dezastre, cât și la creșterea gradului de conștientizare privind condițiile de locuire din România.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

11 mil. lei

din care:

8,6%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

- Big Build

FORMA CONTRIBUȚIEI

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

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea 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
Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?
Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului

BIG BUILD

Habitat for Humanity adresează problema locuirii precare din România, o țară unde 5 milioane de români trăiesc în sărăcie, din care 1,5 milioane sunt copii. 52% din populația țării locuiește în condiții de supraaglomerare și 12% dintre români nu își permit întreținerea locuinței.

De mai bine de 24 de ani în România, Habitat for Humanity construiește locuințe sociale pentru familii vulnerabile, intervine în caz de dezastre naturale și derulează programe de advocacy pentru îmbunătățirea politicilor publice din domeniul locuirii.

Proiectul reprezentativ anual al Habitat for Humanity România este BIG BUILD, eveniment anual de construire accelerată, voluntariat și awareness.

Proiectul s-a desfășurat în perioada 7-11 octombrie 2019, de Ziua Mondială a Locuirii, în Vaideeni, județul Vâlcea. Cu ajutorul a peste 500 de voluntari români și internaționali, printre care 65 de angajați ai Kaufland România, au fost construite 10 case pentru 10 familii vulnerabile, care au suferit în urma inundațiilor din 2014, rămânând fără adăpost sau locuind în condiții improprii. Mai mult, familiile beneficiare au participat la construirea locuințelor și astfel au dat un exemplu de conduită în comunitate.

Cele 10 locuințe au fost construite în sistem duplex și triplex, apartamente cu 1 și 2 dormitoare, living, bucătărie tip open space, 1 baie. Terenul pe care sunt amplasate locuințele a fost oferit de Primăria Comunei Vaideeni.

Beneficiarii direcți ai proiectului sunt cele 10 familii (**36 de părinți și copii**) care fie și-au pierdut complet casele în urma inundațiilor din 2014 și locuiesc în containere metalice, fie locuiesc în construcții improvizate și improprii.

Misiunea Habitat for Humanity continuă. Anul trecut, am mers la Vaideeni, în Vâlcea, pentru a întinde o mână de ajutor oamenilor care au rămas fără case în urma inundațiilor din 2014 și a celor care locuiesc în condiții de sărăcie extremă. În secolul 21, în această comunitate am descoperit că există familii care locuiesc de cinci ani în containere, alături de copiii lor. De aceea, ne-am propus ca la BIG BUILD 2019 să construim 10 case în doar cinci zile, pentru 10 familii extrem de vulnerabile, care acum trăiesc în condiții dureros de grele. Ca în fiecare an, suntem recunoscători partenerului strategic Kaufland și donatorilor noștri, care împart aceleași valori cu noi și fără de care acest proiect ambițios nu ar fi posibil.

ROBERTO PĂTRĂȘCOIU
Director național Habitat for Humanity România

ASOCIAȚIA 11EVEN

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea asociației este un viitor în care sportul și mișcarea sunt privite ca instrumente esențiale în dezvoltarea unei comunități sănătoase; un viitor în care tinerii performeri români formează o comunitate activă și puternică, cu impact direct deosebit în zona socială, economică, administrativă și culturală a României.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

1,8 mil. lei

din care:

98%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1*

• Caravana Bucurie în Mișcare

**Proiectele dezvoltate de Asociația 11even, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Educație, Social și Sport & Sănătate*

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

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

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

CARAVANA BUCURIE ÎN MIȘCARE

Lansat în 2012, programul Bucurie în Mișcare s-a impus drept cea mai importantă serie de evenimente care promovează, la nivel național, sportul de masă pentru un stil de viață sănătos.

În 2019 asociația și-a propus să ducă mesajul lor și în mediul rural, unde nu există atât de multe facilități pentru practicarea sportului și nu au loc evenimente care să promoveze mișcarea. Astfel, a fost organizată campania „Fă mișcare în pauza mare!", prin care 1.300 de copii din mediul rural au participat la festivalurile Bucurie în Mișcare, într-o excursie de o zi, cu scopul de a-i inspira să privească sportul ca pe o posibilă opțiune de carieră și ca pe o condiție necesară unei vieți sănătoase.

În urma acestei experiențe, asociația și-a dorit să facă mai mult pentru copiii din mediul rural, să îi ajute să înțeleagă că și lor le este deschisă lumea, că și de ei este nevoie în România, că și ei se pot implica în schimbare.

Așa s-a născut ideea unui proiect special - Caravana Bucurie în Mișcare (ediție pilot), o tabără mobilă de 4 zile care i-a purtat pe cei **20 de copii** selectați din diverse sate din România, aflați în situații personale și familiale deosebite, în mai multe locuri din țară și oferindu-le o experiență extraordinară.

Caravana s-a desfășurat în perioada 17 – 20 octombrie 2019, pe ruta Brașov - Făgăraș - Sibiu - Deva - Sighișoara - Brașov.

Copiii au fost în vizită la Zoo și Planetariul Brașov, au primit cadou seturi de igienă și consultații stomatologice, au vizitat un teatru în Sibiu, unde au participat și la o sesiune de improvizație cu actorii de la Teatrul Gong, au avut parte de bălăceală, valuri și multe ture pe tobogane la Aqualand Deva, au fost în studioul emisiunii Cea mai Bună Dimineață, unde s-au jucat de-a cameramanii, regizorii de emisie sau reporteri. Aceste zile au reprezentat vacanța vieții lor, un punct de cotitură în dezvoltarea lor ulterioară, ca adolescenți și adulți.

ASOCIAȚIA OVIDIURO

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea Asociației OvidiuRo este ca fiecare copil sărac să beneficieze de educație timpurie de calitate și să devină, astfel, un membru activ al societății. Asociația își dorește să mobilizeze resursele din mediul public și privat pentru a asigura acces la educație de calitate pentru toți copiii din România, prin intervenții care au ca scop îmbogățirea vocabularului și dezvoltarea competențelor de comunicare.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

3,8 mil. lei

din care:

0,07%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Punguța cu 2 cărți

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

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

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

PUNGUȚA CU 2 CĂRȚI

Rezultatele PISA 2018 arată că România are cele mai slabe rezultate din ultimii 7 ani la citire și la matematică. 41% din elevi nu pot ajunge la nivelul 2, acesta fiind nivelul de analfabetism funcțional la citire/lectură. În același timp, un Raport al Comisiei Europene publicat la finalul lui 2018 arată că România are a treia cea mai mare rată a abandonului școlar timpuriu din UE: 18,1% (față de o medie UE de 10,6%). Rezultatele alarmante reconfirmă nevoia de intervenții rapide pentru creșterea calității educației în mediile defavorizate astfel încât, cât mai mulți copii să aibă o șansă reală de a avea succes la școală și în viață.

Pentru mulți dintre copiii săraci, decalajul educațional începe din primul an de viață, continuă la grădiniță și se accentuează la școală. Încă din primii ani de viață, diferențele la nivelul dezvoltării cognitive și de limbaj dintre majoritatea copiilor vulnerabili și ceilalți copii sunt enorme. Acești copii intră de obicei în ciclul primar cu un decalaj major de abilități de învățare, mai ales dacă nu au frecventat grădinița sau dacă la grădiniță, resursele educaționale au fost insuficiente. De aceea, mulți dintre ei nu învață în timp util să citească și să scrie. După o perioadă inițială critică, acest decalaj crește rapid deoarece copiii rămân din ce în ce mai mult în urmă, iar învățătorii, de multe ori nu au timp să lucreze diferențiat la clasă, sau nu știu cum să o facă. Deseori, acești copii sunt marginalizați și nu reușesc să urmeze ritmul impus de ceilalți colegi, pierzându-și interesul pentru școală, încrederea în sine și în potențialul lor de reușită. De aici și până la abandonul școlar timpuriu nu mai este decât un pas.

Un studiu recent publicat în The Journal of Global Health arată că șansele ca un copil să se dezvolte în primii ani de viață conform vârstei din punct de vedere lingvistic și matematic se dublează, dacă acesta are cel puțin o carte acasă – comparativ cu cei care nu au nicio carte. Rezultatele studiului – efectuat pe 100.000 de copii cu vârsta cuprinsă între 3-5 ani, din 35 de țări, 7 regiuni – confirmă legătura directă dintre accesul copiilor la cărți potrivite vârstei și gradul în care aceștia sunt pregătiți pentru școală, la vârsta de 6 ani.

La începutul lunii decembrie 2019, OvidiuRo și Kaufland România au lansat Punguța cu 2 cărți, proiect care are ca obiectiv pilotarea unui set de intervenții care să le dea acces copiilor mici, de 0–3 ani, la cărți ilustrate potrivite vârstei și să-i expună pe părinții lor la mesaje despre importanța cititului împreună.

Având sprijinul Kaufland și al profesorilor de învățământ preșcolar (voluntari), asociația a adus primele cărți și obișnuința cititului în cât mai multe case și familii din zone defavorizate din toată țara, astfel încât TOȚI copiii să aibă șansa unei dezvoltări cognitive și socio-emoționale corecte, din primii ani de viață. Proiectul s-a desfășurat în perioada decembrie 2019 – februarie 2020.

În cadrul proiectului-pilot, în cele două luni de implementare:

- **60 de profesori și bibliotecari** au participat la 3 sesiuni de formare dedicate proiectului

Formările au fost centrate pe literație (cum le citim copiilor mici, de ce cărți au ei nevoie, ce activități integrate pot fi realizate pornind de la o carte etc.), pe importanța cărților și a cititului împreună, încă de la cele mai mici vârste (studii existente, impactul asupra dezvoltării neuronale, impactul cărților asupra copiilor care acasă nu beneficiază de alți stimuli de dezvoltare), dar și pe formatul sesiunilor de lectură pe care profesorii – voluntari urmau să le susțină în propriile grădinițe.

La finalul întâlnirilor, fiecare profesor a primit 5 kituri Punguța cu 2 cărți și un kit de formator – o carte mică și una uriașă, pentru a le folosi în cadrul întâlnirilor cu copiii și cu părinții și apoi, la grupă.

Profesorii au fost încurajați să recruteze familii defavorizate din comunitate (un criteriu de bază) și să continue întâlnirile cu părinții și cu cei mici, ideal o dată pe săptămână și după terminarea proiectului.

- **300 de copii** au primit câte o punguță cu 2 cărți ilustrate, pentru acasă

În total, 300 de copii de 0-3 ani și părinții lor au participat în această perioadă la două sesiuni de lectură la grădiniță, la fiecare dintre sesiuni copiii primind câte o carte din cele 2, pentru acasă. Formatul sesiunilor a fost unul liber, având în vedere vârsta copiilor, cu focus pe cărți, lectură și activități - joc, corelate cu cele 2 titluri primite. Cărțile oferite copiilor au fost atent alese de trainerii OvidiuRo: cărți potrivite vârstei mici (cartonate), o carte de ficțiune și una de non-ficțiune – cărți colorate, atractive, cu foarte puțin text și multe imagini.

- peste **400 de părinți și bunici** au participat la sesiunile de lectură, alături de copii

O componentă importantă a formărilor a fost cea dedicată părinților, unde profesorii le-au explicat cât de important este să le citească zilnic celor mici, încă de la naștere - și de ce cărțile au un rol esențial în dezvoltarea creierului copiilor, în primii 5 ani de viață; de asemenea, părinților le-au fost prezentate regulile de citit împreună și au participat la sesiunea de lectură susținută de profesori.

Importanța educației, a grădiniței și a cărților pentru copii sunt mesajele la care au fost expuși 400 de părinți sau bunici – majoritatea dintre ei nefiind ei înșiși la grădiniță sau neavând cărți acasă. Pentru că nu poți schimba ceea ce nu cunoști, informarea și educarea părinților săraci și apropierea lor de grădiniță/școală este o necesitate – dându-le astfel copiilor lor o șansă la educație și la o viață mai bună, iar Punguța cu 2 cărți este o oportunitate să ajungem la acești părinți.

Punguța cu 2 cărți a avut succes instant la copii, părinți și profesori încă de la primele activități, iar aceste experiențe pozitive au facilitat o colaborare constructivă cu echipa Kaufland România, colaborare care se reflectă în aprobarea continuării proiectului în anul 2020.

MARIA GHEORGHIU
Director Executiv

ASOCIAȚIA REALITY CHECK

● *partener comunitar de tradiție*

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea Asociației Reality Check este o țară în care programele și politicile publice de combatere a sărăciei și creștere 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 2019:

1,1 mil. lei

din care:

25%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 4

- Fiecare Copil în Grădiniță și în Școală Ponorâta
- Umanitara de Paște
- Umanitara de Crăciun
- Împreună prin sport la Castelu

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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 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
Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului

FIECARE COPIL ÎN GRĂDINIȚĂ ȘI ÎN ȘCOALĂ PONORÂTA

Lipsa accesului la educație de calitate pentru copiii defavorizați, condițiile improprii 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.

Pentru a oferi un viitor mai bun copiilor din Castelu și Ponorâta, Asociația Reality Check implementează proiecte integrate, pe termen lung, care au ca element central educația.

În plus, pentru a crește accesul copiilor din familii defavorizate la grădiniță, reprezentanții asociației au propus în 2019 o serie de modificări la Legea nr. 248/2015 privind stimularea prezenței la grădiniță a copiilor din familii defavorizate. Modificările se fac prin Legea nr. 49/16.04.2020 pentru completarea și modificarea legii tichetelor sociale pentru grădiniță. Noile reglementări, de care vor beneficia aproximativ 100.000 de preșcolari, vor intra în vigoare de la 1 ianuarie 2021. Prin noua lege se modifică condițiile de eligibilitate a copiilor (mărește pragul de venit pe familie - de la copiii din familii care primesc venit minim garantat, la toți copiii din familii care primesc alocația pentru susținerea familiei), se elimină cererea părinților, se dublează valoarea tichetului social lunar și crește responsabilitatea primarilor și directorilor de școli de a informa părinții cu privire la lege și la importanța grădiniței.

Programul Fiecare Copil în Grădiniță și în Școală Ponorâta urmărește o abordare integrată, pe termen lung, prin programe socio-educaționale, de care beneficiază atât copiii, cât și părinții lor, profesorii, întreaga comunitate. Proiectul a început în 2012 cu intervenții doar pentru copiii de grădiniță, iar de-a lungul timpului au fost adăugate noi activități în urma analizei nevoilor comunității. În acest moment, asociația oferă tichete sociale pentru frecvența zilnică la școală, masă caldă zilnică pentru copiii care frecventează grădinița și școala, rechizite pentru copii și clasă, burse și tabere școlare, formări pentru profesori și pentru grupul local de acțiune, servicii baie publică, îmbunătățirea condițiilor de locuit, cadouri de Crăciun, activități ecologice și de igienizare a comunității, resurse pentru amenajarea de grădini, ajutoare de urgență.

Toate aceste intervenții cumulate, de care beneficiază peste 700 de oameni, le oferă copiilor din Ponorâta o șansă reală de a termina învățământul obligatoriu, de a-și găsi un loc de muncă și de a deveni membrii activi ai societății.

În 2019, aproximativ **240 de copii de la grădiniță și ciclul primar** au beneficiat de masă caldă, sănătoasă și consistentă, cu sprijinul Kaufland România. Acest stimulent, alături de tichetele sociale, este esențial pentru creșterea participării școlare și îmbunătățirea rezultatelor. Acest lucru este demonstrat de date: dacă la începutul programului prezența copiilor era de sub 15%, în 2019 aceasta a ajuns la aproximativ 80%. Pentru mulți dintre acești copii, aceasta reprezintă

câteodată singura masă a zilei. Înainte, mulți dintre copii veneau flămânzi la școală și nu se puteau concentra la lecții. Frecvența regulată îi ajută pe copii să învețe să scrie și să citească, să acumuleze mai multe cunoștințe și, pe termen lung, să devină adulți independenți și să aibă un viitor mai bun decât al părinților lor.

Dacă un copil merge zi de zi la școală, șansele de a sparge cercul vicios al sărăciei în care trăiește de generații cresc semnificativ. Dacă nu merge zilnic la școală, nu are cum să aprofundeze, să învețe să scrie și să citească pentru a deveni un adult independent.

UMANITARA DE PAȘTE & UMANITARA DE CRĂCIUN

Colaborarea dintre Asociația Reality Check, Clubul GTC Motorsport și Kaufland România pentru organizarea de caravane umanitare în zone greu accesibile a început în 2017. Clubul organizează și participă la acțiuni umanitare din 2011, în comunități din zonele izolate, descoperite cu ocazia diferitelor acțiuni și competiții off-road.

Aceste caravane sunt menite să ajute în mod special bătrânii singuri, dar și familiile nevoiașe cu mulți copii, care locuiesc în sate izolate din zone montane, cu drumuri de acces anevoioase, mai ales în condiții de iarnă. Umanitara de Paște 2019 a avut loc pe 20 și 21 aprilie, convoiul de mașini 4X4 ajungând în cele două zile în 20 de sate izolate din zona Nehoiu-Brăești, județul Buzău. Pregătirile au început însă mai devreme, când 50 de voluntari au lucrat cot la cot pentru asamblarea celor 600 de pachete. Cei 120 de voluntari generoși s-au grupat în 52 de mașini de teren, au vizitat peste **400 de beneficiari** și au distribuit 11 tone de produse de bază. În plus, au oferit o rază de speranță cu ocazia sărbătorilor pentru mulți bătrâni și familii greu încercate.

Pachetele au conținut: alimente, obiecte de igienă, îmbrăcăminte și încălțăminte copii.

Caravana umanitară de Crăciun 2019, ajunsă la cea de-a 16-a ediție, a avut loc pe 14 și 15 decembrie și a vizitat satele izolate din zona Nehoiu-Brăești, județul Buzău. Cele 1.000 de pachete care au fost distribuite în cele două zile ale evenimentului devenit deja tradiție au fost realizate la București cu ajutorul a circa 40 de voluntari. 71 de mașini de teren și 170 de voluntari dornici de a face o faptă bună au fost mesagerii lui Moș Crăciun și au dăruit 12 tone de alimente, cadouri, încălțăminte și îmbrăcăminte pentru **500 de cazuri sociale**, printre care și 300 de copii. Cu această ocazie, bătrâni singuri, familii nevoiașe cu copii mulți, dar și copii din școli și grădinițe au întâmpinat Crăciunul cu masa plină și cu bucurie în suflete.

ÎMPREUNĂ PRIN SPORT LA CASTELU

Sportul înseamnă relaxare și voie bună, disciplină și fair play, sănătate și echilibru, iar beneficiile asupra copiilor sunt vizibile rapid. Cei mici învață într-un mediu organizat să socializeze și să lucreze în echipă, să aibă un stil de viață sănătos, să respecte regulile jocului, coechipierii și adversarii, capătă încredere în propriile puteri și devin tineri mai responsabili. Pentru copiii din familii defavorizate, aceste activități sunt foarte importante, pentru că îi ajută să își formeze o rutină și să deprindă abilități prin care să își îmbunătățească prezența și rezultatele școlare.

Prin proiectul Împreună prin sport la Castelu, asociația și-a propus să îmbunătățească starea fizică și emoțională a circa **500 de copii** care au participat la activități sportive (Cluburi săptămânale de fotbal, dans și mișcare și joacă, Sesiuni de dezvoltare personală și comunicare, Ștafeta pentru educație) și să crească gradul de interacțiune între copiii și adulții de etnii și din medii sociale diferite, într-un mediu care stimulează spiritul de echipă și incluziunea socială și crește sentimentul de apartenență la o comunitate.

Gustarea a fost o componentă importantă în cadrul proiectului din mai multe motive. Mulți dintre copiii care au participat la activități nu au o nutriție adecvată acasă din cauza lipsurilor materiale. Cu tichetele sociale oferite de Kaufland România a fost achiziționată o gustare sănătoasă, iar Fruteria a donat fructe.

La nivel de țară ne dorim politici publice de combatere a sărăciei care să fie bine documentate în teren și să răspundă nevoilor reale ale oamenilor. De aceea, ne concentrăm munca în două dintre cele mai sărace comunități din România, Castelu (jud. Constanța) și Ponorâta (jud. Maramureș). În peste 15 ani de lucru direct cu persoane defavorizate, am ajuns la concluzia că abordările integrate, care au educația ca element cheie, pe termen lung, au cele mai mari șanse de a transforma o comunitate. Ne bucurăm să împărtășim această viziune cu partenerii noștri de la Kaufland România, care au crezut în proiectele noastre de la început și au investit timp și resurse însemnate, astfel încât copiii din comunități vulnerabile să aibă un viitor mai bun, fără a-i uita pe bătrânii singuri.

NADIA GAVRILĂ
Președinte Asociația Reality Check

ASOCIAȚIA SOS SATELE COPIILOR ROMÂNIA

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

La SOS Satele Copiilor ne dorim ca fiecare copil să aibă o familie care îl iubește, îl respectă şi-i oferă siguranță. Credem cu tărie că niciun copil nu ar trebui să crească singur, fără dragostea și protecția unei familii.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

17,3 mil. lei

din care:

3%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 3

- Creștem Oameni Mari
- Susține Campionii de la SOS Satele Copiilor
- Cupa Kaufland - Națională SOS

FORMA CONTRIBUȚIEI

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

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 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
Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Educație pentru mediu

Problemele abordate de SOS Satele Copiilor sunt numărul mare de copii în instituții de tip vechi, numărul mare de copii separați de părinți din cauza sărăciei, abandonul școlar și părăsirea timpurie a școlii, rata mare de mortalitate infantilă și numărul mare de copii afectați de violență, numărul mare de sarcini la adolescente.

Asociația are 24 de case familiale în care locuiesc permanent 105 copii îngrijiți de mamele SOS. În familia SOS fiecare membru este ascultat, iubit și respectat. Fiecare copil este unic, este încurajat să-și dezvolte personalitatea și să-și însușească aptitudini pentru o viață independentă.

Mama SOS este un profesionist în îngrijirea copiilor care necesită atenție și sprijin, prin nevoile afective pe care le au și lipsurile din educație care trebuie recuperate. Mama SOS este psiholog, pedagog, asistent medical, în funcție de nevoile fiecărui copil. Mama SOS este mama pentru copii care nu au cunoscut alt părinte.

Odată cu începerea liceului, copiii sunt încurajați să înceapă pregătirea pentru viața independentă și merg în Comunitățile de Tineri. Astfel, asociația are 3 Comunități de Tineri în București și Bacău, unde locuiesc permanent 30 de tineri sub îndrumarea unei echipe specializate de consilieri.

După împlinirea vârstei de 18 ani, dacă tânărul alege să nu urmeze o formă de învățământ la stat, este încurajat să-și găsească un loc de muncă și o locuință. Astfel, chiar și după încetarea măsurii de protecție, asociația îi susține prin programul de asistare a tinerilor pentru o perioadă de 3 ani. Din acest program fac parte 20 de tineri.

Pentru că obiectivul asociației este ca toți copiii să crească în familie, alături de părinții lor, sunt dezvoltate programe de prevenire a separării copiilor de părinții lor, în comunitățile vulnerabile. Prin cursuri de educație parentală, consiliere, activități educative, părinții sunt responsabilizați și ajutați să depășească starea de vulnerabilitate. În prezent, funcționează 3 Centre de Consiliere și Sprijin pentru Copii și Părinți, unde sunt susținuți anual peste 550 de copii. În momentul în care familiile se pun pe picioare, acestea ies din programul SOS reușind să-și continue viața și să-și crească copiii în familie. Alte familii intră în program, urmând pașii de responsabilizare până când ajung să depășească starea de vulnerabilitate.

Pentru a sprijini copiii din familiile vulnerabile în Centrul de Zi din Hemeiuș, Jud. Bacău, asociația primește zilnic 30 de copii care au parte de o masă caldă, fac lecțiile și participă la activități educative alături de specialiștii SOS.

Asociația desfășoară anual proiecte prin care reușesc să facă viața mai bună copiilor aflați în situații dificile. Cu ajutorul Kaufland România, asociația a dezvoltat trei programe în 2019.

CREȘTEM OAMENI MARI

„Creștem Oameni Mari" are ca scop susținerea celor **30 de copii** care cresc în 6 case de tip familial sponsorizate de Kaufland România, oferindu-le un mediu propice dezvoltării lor emoționale, un sprijin în depășirea traumelor provocate de abandon, dar și a abuzurilor la care au fost supuși înainte de a ajunge în grija SOS Satele Copiilor.

Prin activități de terapie, educație formală și non-formală, asociația își propune să asigure copiilor un viitor sigur în care ei să poată fi integrați în societate atunci când va înceta măsura de plasament.

Susținerea celor 6 case familiale de către Kaufland România a început în anul 2014 și continuă pe termen lung, anual. Cu ajutorul primit, asociația reușește să acopere integral cheltuielile pentru 30 de copii, beneficiari direcți ai proiectului, pe parcursul a 12 luni:

- cheltuieli de școlarizare (rechizite, meditații, cursuri opționale, concursuri, îmbrăcăminte, încălțăminte);
- susținerea cheltuielilor psiho-pedagogice;
- susținerea activităților extracurriculare;
- susținerea unei vacanțe pentru fiecare copil pe parcursul unui an.

SUSȚINE CAMPIONII DE LA SOS SATELE COPIILOR

Scopul proiectului „Susține Campionii de la SOS Satele Copiilor" este de a oferi celor **18 copii** care cresc în casele de tip familial din Satul SOS București și comunitățile de tineri din București un mediu propice dezvoltării lor emoționale, prin sport, activități de terapie, educație formală și non-formală.

Pentru susținerea acestui proiect, în data de 8 noiembrie 2019 a fost organizat evenimentul caritabil „JW Marriott Cycling Challenge", pentru a strânge fonduri necesare susținerii copiilor din casele SOS.

NAȚIONALA SOS

Proiectul „Națională SOS" este un proiect de suflet al asociației. Tinerii talentați la fotbal din programele SOS Satele Copiilor sunt încurajați și susținuti să își urmărească pasiunea pentru sport. Acest proiect a pornit de la nevoia de a-i implica pe copii în activități menite să le crească încrederea în ei, să aibă experiențe speciale, o disciplină, fair-play, dar și să fie o echipă în teren, apoi în viață.

Primul meci al toamnei al Națională SOS a avut loc în data de 22 octombrie 2019, în incinta Satului SOS București, pe Kaufland Arena, terenul de fotbal construit cu sprijinul Kaufland România în 2018.

Prin implicarea Kaufland România în acest proiect, copiii din Națională SOS își vor putea continua antrenamentele și pregătirea pe durata unui an de zile. Cei **42 de jucători** care fac parte din Națională SOS beneficiază de echipamente potrivite, de antrenori de fotbal și de cantonamente.

Parteneriatul dintre SOS Satele Copiilor România și Kaufland România aniversează 6 ani, iar acest lucru înseamnă pentru noi, de fapt, un grad frumos de rudenie. Împreună îi creștem cu responsabilitate și iubire pe copiii din cele 6 case SOS susținute de Kaufland România. Anul 2019 a fost unul plin pentru copii, un an în care au mers la școală, au beneficiat de suport terapeutic, au dat examene sau au trecut în noi etape ale vieții lor. Copiii şi tinerii din Satele SOS şi Comunităţile de Tineri și-au urmat pasiunile și au mers la cursuri de balet, pictură, la antrenamente de judo, fotbal sau alte activități preferate. Ca în familie, reușim împreună să le oferim tot sprijinul de care au nevoie zi de zi. Totodată, prin susținerea proiectului „Națională SOS", copiii au trăit emoțiile unui meci de fotbal, alături de oameni cu suflet mare, pe terenul Arena Kaufland, din Satul SOS din București. Este o mare bucurie și onoare să mergem pe acest drum împreună, an de an, pentru copiii care au atâta nevoie de noi.

DIANA PODARU
Director General

ORGANIZAȚIA SALVAȚI COPIII

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea Salvaţi Copiii este o lume în care fiecărui copil îi este respectat dreptul la viaţă, protecţie, dezvoltare şi participare.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

32,5 mil. lei

din care:

6%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 2*

- Educație pentru toți copiii
- Educație și protecție pentru copii cu părinții plecați la muncă în străinătate

**Proiectele dezvoltate de Organizația Salvați Copiii, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Social și Sport & Sănătate*

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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 A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?
Impactul asupra ONG-ului

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?
Impactul asupra mediului

Educație pentru mediu

Salvați Copiii România apără şi promovează drepturile copilului în România din 1990, în acord cu prevederile Convenţiei ONU cu privire la Drepturile Copilului. Salvați Copiii România își propune să garanteze egalitatea de şanse pentru toţi copiii, indiferent de mediul din care aceştia provin, prin utilizarea propriei expertize, precum şi prin activităţi de lobby şi advocacy asupra factorilor de decizie şi mobilizarea liderilor din societatea civilă.

Organizația Salvaţi Copiii desfăşoară proiecte în beneficiul tuturor copiilor, dar acordă o atenţie deosebită celor aflaţi în situaţii dificile: copii din comunităţi defavorizate, copii victime ale violenţei, copii victime ale exploatării prin muncă, copii ai străzii, copii refugiaţi, copii în conflict cu legea, copii privați de protecția parentală.

Proiectele implementate vizează promovarea și apărarea drepturilor copiilor, în special a accesului la educație, protecția împotriva violenței, traficului și consumului de droguri, protecția împotriva discriminării, educație pentru sănătate, reducerea mortalității infantile, precum și protecția în mediul online.

EDUCAȚIE PENTRU TOȚI COPIII

Copiii care provin din medii vulnerabile prezintă un risc major pentru absenteism şi abandon şcolar, cu implicaţii negative asupra formării lor profesionale viitoare şi integrării sociale. Activitățile Organizației Salvați Copiii au contribuit la prevenirea și reducerea abandonului școlar în rândul copiilor din comunități defavorizate din 6 orașe, prin oferirea de servicii complexe socio-educaționale destinate copiilor și familiilor lor. Serviciile oferite au determinat înlăturarea sau diminuarea factorilor determinanți ai abandonului școlar, atât de natură individuală, cât și familială sau ce țin de sistemul școlar, al copiilor din comunități defavorizate.

Proiectul a fost susținut de Kaufland România prin finanțarea activităților din 6 Centre Educaționale pentru copii defavorizați în București, Brașov, Iași, Constanța, Mangalia, Timișoara.

Astfel, **120 de copii** au beneficiat de programul Grădinița Estivală, activități educative derulate timp de două luni pe perioada vacanței școlare, **100 de copii** au beneficiat de programul Școală după Școală, program socio-educațional pentru copiii aflați în risc de abandon, **137 de părinți** au beneficiat de consiliere socială sau juridică și de sprijin material.

REZULTATELE PROIECTULUI:

- 97% dintre copiii care au frecventat programul Grădinița Estivală au fost înscriși ulterior la școală
- 90% dintre copiii incluși în programul Școală după Școală au înregistrat progres școlar, iar 23% au obținut premii școlare

În școlile în care își desfășoară activitatea, Organizația Salvați Copiii a înaintat către Ministerul Educației și alte autorități propunerea unui mecanism de identificare timpurie a riscului de abandon școlar și intervenție imediată în vederea combaterii acestuia.

În urma impactului programului Școală după Școală și a consultării cadrelor didactice din mai multe școli, Organizația Salvați Copiii a inițiat demersuri pentru propunerea unei politici publice privind generalizarea programului Școală după Școală (analize la nivel național cu privire la gradul de acoperire al programului, costuri, accesibilitatea pentru familiile vulnerabile).

EDUCAȚIE ȘI PROTECȚIE PENTRU COPII CU PĂRINȚII PLECAȚI LA MUNCĂ ÎN STRĂINĂTATE

În cadrul proiectului, desfășurat pe tot parcursul anului 2019, în București, Dâmbovița și Suceava au fost derulate intervenții destinate asigurării bunăstării emoționale și a protecției copiilor cu unul sau ambii părinți plecați la muncă în străinătate, prin oferirea de servicii de suport educațional, psihologic și social pentru copii și suport psihologic, social și juridic părinților/persoanelor în grija cărora rămân copiii.

Au fost derulate activități de consiliere psiho-socială pentru copii, în scopul depășirii sau prevenirii problemelor care pot fi cauzate de lipsa părinților; activități de suport educațional (sprijin în efectuarea temelor, pregătire suplimentară) pentru îmbunătățirea rezultatelor școlare și prevenirea abandonului școlar; activități de socializare cu rolul de a-i ajuta să își petreacă timpul liber într-un mod util, în compania unor adulți de încredere și de a-i stimula să interacționeze cu alți copii, contribuind astfel la prevenirea izolării sociale; program de dezvoltare a abilităților parentale și consiliere socială și juridică pentru persoanele în grija cărora au rămas copiii/părinții copiilor.

Au fost realizate caravane locale de informare care au vizat informarea părinților care intenționează să plece la muncă în străinătate, a persoanelor în grija cărora au rămas/rămân copiii, membrilor comunității și reprezentanților autorităților cu privire la riscurile plecării părinților asupra dezvoltării copilului, modalități de prevenire a acestora și obligațiile care le revin părinților la plecare din punct de vedere legislativ, preponderent în localități din mediul rural.

BENEFICIARI:

- **154 de copii** cu părinții plecați la muncă în străinătate
- **115 persoane** în grija cărora au rămas copiii (rude sau părinți) beneficiari ai serviciilor de consiliere și suport
- **130 de părinți/aparținători/membri ai comunității** și **140 de specialiști** (angajați ai serviciilor publice de asistență socială, cadre didactice și consilieri școlari) din 10 localități din județele Dâmbovița și Suceava, preponderent din mediul rural, informați cu privire la obligațiile legale ale părinților la plecarea la muncă în străinătate și riscurile plecării părinților asupra dezvoltării copilului, în cadrul caravanelor locale realizate

REZULTATE:

- 85% dintre copii și-au îmbunătățit abilitățile emoționale și sociale
- 73% dintre copii și-au îmbunătățit rezultatele școlare
- pentru 90% dintre copii s-a îmbunătățit relația cu persoanele în grija cărora au rămas

Propunerile de completare legislativă cu privire la protecția copiilor cu părinții plecați la muncă în străinătate înaintate de Organizația Salvați Copiii au fost preluate în proiectul de modificare a Legii 272/2004 privind protecția și promovarea drepturilor copilului.

Programul destinat copiilor cu părinții plecați la muncă în străinătate a câștigat Premiul I la Gala Societății Civile, Secțiunea Apărarea Drepturilor Individuale și Colective.

Chiar dacă nu reprezintă o prioritate în intervențiile autorităților, copiii din România sunt extrem de vulnerabili din punct de vedere al accesului la servicii de educație, sociale și de sănătate emoțională. Participarea scăzută la programe de educație în rândul copiilor vulnerabili, dificultățile cu care se confruntă copiii ai căror părinți au fost nevoiți să muncească peste hotare, fenomenul de bullying, extrem de răspândit în școlile și grădinițele românești și stilul de viață nesănătos al mai multor copii și familii sunt probleme stringente cărora Salvați Copiii își propune să le răspundă prin intervenții complexe.

Kaufland România a înțeles pe deplin importanța implicării în viața comunității, iar în cei 10 ani de colaborare am reușit cu siguranță să aducem îmbunătățiri semnificative în viața copiilor.

GABRIELA ALEXANDRESCU
Președinte Executiv

FUNDAȚIA INOVAȚII SOCIALE REGINA MARIA

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea Fundației Inovații Sociale Regina Maria este de a crea o lume mai bună, în care dragostea pentru semeni se traduce prin puterea exemplului personal, prin grijă și acțiune, pentru a contribui la ajutorarea celor aflați în nevoie.

Misiunea Fundației Inovații Sociale Regina Maria este de a ajuta persoanele aflate în nevoie prin proiecte și programe durabile în domeniile sănătății și educației.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

4,8 mil. lei

din care:

8,38%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 2

- Șanse egale la o viață demnă
- Zâmbete sănătoase

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului 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
Servicii noi sau îmbunătățite

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

ȘANSE EGALE LA O VIAȚĂ DEMNĂ & ZÂMBETE SĂNĂTOASE

Fundația oferă consultații și tratamente stomatologice complexe persoanelor fără venituri și asigurări medicale din București.

Pentru a crește gama de servicii stomatologice oferite, precum și numărul de beneficiari, fundația a demarat proiectul **Zâmbete sănătoase**, prin care, cu sprijinul Kaufland România, a deschis încă două cabinete stomatologice în luna martie 2019.

Proiectul a reprezentat un preambul al programului **Șanse egale la o viață demnă**, desfășurat în perioada aprilie – decembrie 2019, în Policlinica Socială Baba Novac. Obiectivul programului este creșterea calității vieții persoanelor fără venituri, a copiilor și adulților cu dizabilități neuro-locomotorii.

Cabinetul de stomatologie care funcționează de aproape 10 ani în cadrul Policlinicii Baba Novac a continuat să aducă zâmbetele pe fața persoanelor nevoiașe. În perioada aprilie – decembrie 2019 au fost realizate în acest cabinet 2.022 de consultații și tratamente care au implicat **550 de persoane** - un număr mai mare față de anul anterior.

Proiectul a însemnat și deschiderea primului cabinet stomatologic adresat persoanelor cu dizabilități cu nevoi acute stomatologice, în luna mai 2019. Au fost tratate ulterior **30 de persoane cu dizabilități** și **24 de pensionari** cu pensii foarte mici.

În plus față de servicii de stomatologie, în Policlinica Socială Baba Novac sunt oferite și consultații de oftalmologie. Astfel, pe parcusul anului au fost oferite **189 de consultații** și **229 de perechi de ochelari** de vedere persoanelor fără venituri sau asigurare medicală.

De asemenea, a fost achiziționat un tonometru non-contact, ceea ce a dus la optimizarea timpului alocat consultației de oftalmologie și creșterea în acuratețe a diagnosticului.

Kaufland România este de mulți ani unul dintre cei mai de încredere parteneri ai Fundației Inovații Sociale Regina Maria. În 2019 a fost din nou alături de noi, sprijinindu-ne în cel mai important proiect al acestui an, asigurând dotarea primului cabinet de stomatologie pentru persoane cu dizabilități și funcționarea în primele 9 luni a acestuia. Mulțumim Kaufland România și Annei Katharina Scheidereiter pentru că ne-au ascultat și de această dată, înțelegând nevoile noastre și dând naștere unei colaborări fructuoase, care s-a reflectat mereu în pacienți mai încrezători și mai sănătoși.

DR. WARGHA ENAYATI
Președinte

ASOCIAȚIA SOMARO

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației este să ajute oamenii amenințați de sărăcie! Obiectivul SOMARO este acela de a sprijini victimele sărăciei. Asociația își dorește să sprijine clienții și familiile acestora cu mijloace de subzistență extrem de limitate. Din acest motiv, SOMARO dorește să le redea demnitatea tratându-i ca pe niște clienți și nu ca pe niște beneficiari ai ajutoarelor sociale.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

615.000 lei

din care:

22,2%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 2

- Magazin social Sibiu
- Magazin social Ploiești

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

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

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului

MAGAZIN SOCIAL SIBIU & MAGAZIN SOCIAL PLOIEȘTI

SOMARO colectează produse cum sunt alimentele şi produsele esenţiale de uz casnic, precum şi îmbrăcăminte, încălţăminte, pantofi etc. de la diferite companii şi le comercializează la preţuri simbolice, cu reduceri semnificative, către clienţii 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 murdar, deoarece le expiră în curând termenul de valabilitate sau din alte motive.

Persoanele aflate în prag de sărăcie, relativă sau absolută, sunt în dificultate în momentul procurării alimentelor și produselor de bază, având astfel un deficit alimentar și material ce le îngreunează procesul de dezvoltare personală și profesională, precum și cel de integrare socială. SOMARO a dezvoltat un concept ce răspunde acestor nevoi, și anume cel de magazin social.

Scopul proiectului este de a preveni irosirea produselor alimentare și nealimentare, prin colectarea acestora de la diferite companii şi comercializarea lor la preţuri simbolice, cu reduceri semnificative, către clienţii cu venituri mici.

În 2019, SOMARO a colectat peste 584 de tone de alimente, precum și o cantitate mare de produse non-alimentare.

Cu ajutorul Kaufland România, **172 de familii** din Sibiu au beneficiat de magazinul social. În plus, la începutul lunii februarie 2020, asociația a deschis un **nou magazin** în Ploiești.

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 de familii beneficiare, asigurând o diversificare sănătoasă. Toți beneficiarii din Sibiu respectă profund și apreciază enorm ajutorul Kaufland România. În plus, fără Kaufland România cetățenii nevoiași ai Municipiului Ploiești nu ar fi beneficiat, începând cu februarie 2020, de serviciile oferite de noi. Mulţumim!

SIMON SUITNER
Director General

FUNDAȚIA DE SPRIJIN COMUNITAR

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea Fundației de Sprijin Comunitar este o lume în care drepturile omului sunt respectate şi toţi membrii comunităţii au acces la servicii de calitate, adecvate nevoilor şi acordate de profesionişti.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

7,8 mil. lei

din care:

4,5%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 3

- Femeie. C.L.A.R. Sat. Teatru
- Grădina Milly pentru copii și bunici
- Adoptă un licean

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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 A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Educație pentru mediu

FEMEIE. C.L.A.R. SAT. TEATRU

În perioada 15 martie – 31 mai 2019, Fundația de Sprijin Comunitar, în parteneriat cu Asociația Mutatis Mutandis, Asociația Cultura'n Șură și Spitalul Județean de Urgență Bacău, cu sprijinul Kaufland România, au derulat un proiect intitulat Femeie. C.L.A.R. Sat. Teatru, ce și-a propus să răspundă nevoii fundamentale de acces la servicii de sănătate și de consiliere socială și psihologică a femeilor din 4 comunități rurale și orașul Bacău. **210 femei** și **40 de eleve de liceu**, bursiere ale Fundației de Sprijin Comunitar, au beneficiat de sesiuni de informare pe tema sănătății reproducerii și contracepție, transport pentru consultații de specialitate în Spitalul Județean Bacău, sesiuni de consiliere psiho-socială și oportunitatea ca mărturiile lor de viață să fie inspirație pentru crearea unui spectacol de teatru pe tema depresiei postnatale.

GRĂDINA MILLY PENTRU COPII ȘI BUNICI

În cadrul centrului rezidențial pentru vârstnici Satul Seniorilor Milly din Buhuși s-a desfășurat un proiect inedit, care și-a propus crearea, în premieră județeană, a unei grădini urbane comunitare de care să se bucure atât bunicii rezidenți ai centrului, cât și copiii și părinții din orașul Buhuși, în condițiile în care zonele de agrement din acest oraș sunt tot mai puține.

Proiectul Grădina Milly pentru copii și bunici, implementat de Fundația de Sprijin Comunitar, este beneficiar al Programului de Finanțare „Creștem Grădinescu", coordonat de către Institutul de Cercetare în Permacultură din România și sponsorizat de Kaufland România.

Practic, pe durata implementării proiectului (mai 2019 – mai 2020) au fost implicați, în mod direct, **50 de copii** beneficiari ai programului After School susținut de Fundația de Sprijin Comunitar în Școala Mihail Andrei, care provin preponderent din familii rome modeste social și care locuiesc într-o zonă mărginașă (Colonia Bistriței). Aceștia vin în Grădină pentru a învăța, a se juca, a se relaxa, a relaționa cu seniorii centrului și pentru a beneficia de o masă sănătoasă.

Cei **50 de vârstnici** care locuiesc în Centrul Milly și beneficiază de îngrijire, terapii ocupaționale și alte servicii, folosesc grădina pentru a se relaxa, a fi activi, a desfășura activități agricole cu scop terapeutic și de întreținere fizică, dar și pentru a-și asigura legume proaspete din recolta proprie în bucătăria centrului. Ei sunt sprijiniți de 20 de voluntari, elevi la liceul din Buhuși, care vin zilnic pentru a contribui la activitățile de realizare, întreținere a grădinii și relaționarea cu copiii și seniorii.

ADOPTĂ UN LICEAN

Cu sprijinul Kaufland România, Fundația de Sprijin Comunitar a derulat, de peste 10 ani, campania „Adoptă un licean", campanie care, prin rezultate și impact, a îmbunătățit simțitor accesul la educație al unui număr de aproximativ 300 de elevi provenind din medii rurale defavorizate (zona de est a județului Bacău).

Dincolo de sprijinul material constând în burse lunare de 250 de lei/elev, cei **50 de tineri** prinși în proiect în fiecare an școlar beneficiază de consiliere și asistență psiho-educațională pentru depășirea dificultăților legate de adaptarea la viața de oraș și pentru îmbunătățirea performanțelor școlare, sunt încurajați să facă voluntariat, sunt sprijiniți în orientarea privind cariera.

În ultimii ani, programul de burse al Fundației de Sprijin Comunitar s-a dezvoltat și și-a îmbunătățit activitățile, în special cele de consiliere și orientare școlară și profesională. Procedurile s-au clarificat și s-au adaptat constant la nevoile beneficiarilor. În prezent, programul de burse al Fundației de Sprijin Comunitar este unul dintre cele mai bine puse la punct din țară, o dovadă în acest sens fiind rata excelentă de absolvire a studiilor, numărul scăzut de la an la an de abandonuri școlare și rata în creștere a celor care termină liceul cu diploma de bacalaureat.

Kaufland România este, pentru organizația noastră, un partener strategic și unul dintre prietenii apropiați sufletului nostru. De peste 12 ani de când colaborăm, am schimbat împreună sute de destine. Am educat împreună, am alinat suferințe, am adus bucurie. Am adus demnitate în viețile oamenilor care au uitat să zâmbească și își pierduseră speranța. Împreună cu Kaufland am fost mai puternici pentru beneficiarii noștri și am putut să punem în practică cele mai îndrăznețe proiecte. Atunci când ai la drum un prieten de nădejde, poți transforma întreaga lume într-un loc mai bun pentru toți oamenii! Mulțumim din suflet, Kaufland România!

GABRIELA ACHIHAI
Președinte

FUNDAȚIA POLICY CENTER FOR ROMA MINORITIES

O partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Fundația acționează pentru a rezolva problematica incluziunii sociale a minorităților etnice, în special cea Romă, și luptă pentru o lume în care aceste probleme nu mai reprezintă un impediment.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

1,9 mil. lei

din care:

8%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

- Casa Bună

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Tichete valorice

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 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
Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

CASA BUNĂ

Valeriu Nicolae, activist pentru drepturile omului, fost diplomat european, fost secretar de stat, scriitor, producător de film și câștigător al Premiului Unicef în 2012, împreună cu o echipă din ce în ce mai mare de voluntari, ajută săptămânal, de 12 ani, peste 100 de copii marginalizați să își facă temele, oferindu-le în același timp o masă caldă, haine, rechizite, dar și sprijin familiilor lor.

Aceștia au grijă să fie hrăniți, îmbrăcați și îngrijiți. Încearcă să îi țină departe de droguri și să îi ferească de abuzuri într-un loc în care pericolele sunt peste tot și șansele pe nicăieri.

Ghetoul este un loc în care există foarte multe droguri, mizerie, prostituție și boli. Iar copiii care trăiesc aici au foarte puține șanse, dar acum sunt mult mai bine decât erau acum 12 ani.

Activistul și-a început programul într-o sală din Școala 136, însă după ce proiectul a fost închis de primărie, acesta a cumpărat din propriile fonduri o casă în comuna Jilava, pe care a numit-o Casa Bună. În casă există săli de clasă, cu băi, cu o bucătărie profesională primită donație, cu mașină de spălat profesională, iar în viitor va fi construit și un teren de sport în grădina casei.Prin sprijinul oferit de Kaufland, asociația a reușit:

- să cumpere un microbuz pentru transportul copiilor din Ferentari în Jilava, la Casa Bună, de care au beneficiat **80 de copii**;
- să asigurare o masă caldă, duminica, pentru **120 de persoane** (copii şi voluntari);
- să asigurare hrană şi produse de igienă pentru copii și familiile acestora, în total **300 de persoane**.

Acțiunile din 2019 au avut un impact pozitiv asupra întregului program, însă acestea trebuie continuate pe termen lung pentru ca programul să fie într-adevăr unul de succes.

Pe termen lung, obiectivele asociației sunt:

- Scăderea abandonului școlar în comunitățile defavorizate din Ferentari;
- Scăderea segregării copiilor romi în școli;
- Asistență juridică pentru familii în realizarea actelor pentru copii (certificat de naștere, înscriere medic de familie, etc.);
- Menținerea comunității de voluntari care să susțină programul, în prezent formată din peste 100 de voluntari activi, din care 35 cu implicare permanentă.

În plus, asociația plănuiește să asigure ucenicia copiilor de peste 14 ani în meserii de care este mare nevoie - instalatori, electricieni, dulgheri și zidari.

Ajungem la peste 300 de oameni cu ceea ce facem. Fără ajutorul Kaufland România nu am fi putut să facem mare lucru. Transportăm sute de kilograme de alimente săptămânal pentru cei peste 180 de copii care au nevoie de ajutor și asta e posibil datorită dubiței pe care ne-am permis să o cumpărăm cu sprijinul primit de la Kaufland. Fără siguranța pe care o avem că vom putea să susținem familiile pentru câteva luni bune, nu am fi riscat să facem ceea ce facem acum.

Continuăm să avem zero costuri administrative și să folosim totul pentru a ajuta. Putem face asta datorită voluntarilor, dar fără ajutorul vostru probabil ar fi fost imposibil să facem asta. Mulțumim.

VALERIU NICOLAE
Fondator

FUNDAȚIA HOSPICE „CASA SPERANȚEI"

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea HOSPICE 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.

Misiunea HOSPICE este de a îngriji cu profesionalism și dăruire copiii și adulții care trăiesc cu o boală incurabilă, oferind servicii specializate pentru ei și pentru familiile lor. De asemenea, misiunea HOSPICE vizează și dezvoltarea îngrijirii paliative la nivel național și internațional, prin informare, educație, consultanță și îmbunătățirea legislației.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

23,9 mil. lei

din care:

2%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1*

• Serbare de Crăciun

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

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

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 produs o îmbunătățire
   A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

SERBARE DE CRĂCIUN

Sănătoși sau bolnavi, copiii îl așteaptă la fel pe Moș Crăciun, cu scrisori pregătite din timp, cu emoții și cu multă, multă nerăbdare. Copiii de la HOSPICE însă, își doresc cel mai mult doar să fie copii și să se bucure de copilărie.

La serbarea de Crăciun, organizată pe 8 decembrie 2019, cei **100 de copii** - copiii pacienți și copiii aparținători - s-au încălțat în pantofii de dans, și-au luat cornițele de ren, și-au împodobit scaunele cu rotile cu fundițe și au uitat pentru câteva ore de toate problemele. Și pentru că au fost cuminți și curajoși tot anul, Moșul a venit încărcat cu daruri, iar prietenii copiilor au întregit magia. Pentru o seară, copiii au uitat de tratamente, diagnostice și lucruri despre care niciun copil nu ar trebui să știe.

ASOCIAȚIA AICI PENTRU TINE

O partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația „Aici pentru Tine" contribuie la inițierea, extinderea, îmbunătățirea serviciilor sociale integrate pentru persoanele și grupurile marginalizate, promovarea drepturilor recunoscute de legislația în vigoare.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

405.000 lei

din care:

8%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Program psiho-educativ

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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
   A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

PROGRAM PSIHO-EDUCATIV

Programul psiho-educativ al Asociației Aici Pentru Tine este un atelier de formare și de dezvoltare a abilităților de viață ale copiiilor și adolescenților ce provin din familii defavorizate care cumulează progresul socio-emoţional-educativ și integrarea lor ulterioară în societate.

Proiectul s-a desfășurat pe tot parcursul anului 2019, în Brașov, în parteneriat cu Biblioteca Județeană Brașov și au participat **30 de copii** cu vârste cuprinse între 8 și 16 ani.

Șansa unei astfel de terapii pentru copiii din medii defavorizate este întâlnită foarte rar în societate, pentru că ședințele la psiholog sunt, în general, un privilegiu al celor care au suficiente resurse materiale.

Programul cuprinde ședințe săptămânale, a câte două ore, care constau în activități de învățare, prin metode alternative, multe jocuri și exerciții practice, jocuri de rol, discuții pe temele de interes general, prezentări și filmulețe motivaționale.

Toate evaluările sunt făcute având la bază teste neuropsihologice omologate, cuprinse în Bateria de evaluare a abilităților cognitive NEPSY 3-12 ani.

În cadrul proiectului psihoeducativ, este folosit potențialul fiecărui copil în cele trei componente psihologice: cognitiv, emoțional și comportamental și este stimulat activ nivelul de dezvoltare al fiecărui copil cu ajutorul unor metode moderne folosite în cadrul ședintelor de dezvoltare, care oferă încredere în sine și energie pozitivă copiilor și tinerilor, printr-o educație holistică, educație pentru viață.

În plus, în cadrul proiectului au existat și 12 sesiuni de consiliere parentală, cu părinții copiilor incluși în proiect, prin care aceștia învață tehnici de dezvoltare și modalități de gestionare a diferitelor situații.

În urma participării la program, copiii și-au îmbunătățit rezultele școlare, au devenit mai empatici, cu mai multă încredere în forțele proprii și s-a întărit coeziunea de grup.

ASOCIAȚIA BANCA PENTRU COLECTAREA ȘI DISTRIBUȚIA ALIMENTELOR

O partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Banca pentru Alimente contribuie la reducerea risipei alimentare prin colectarea și donarea surplusului de produse alimentare.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

602.000 lei

din care:

7,8%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Banca pentru Alimente București

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

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

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu

BANCA PENTRU ALIMENTE BUCUREȘTI

Banca pentru Alimente respectă modelul și principiile Federației Europene a Băncilor și este un serviciu social ce colectează gratuit bunuri de consum - alimente și produse de igienă personală, într-un spațiu special dedicat, le triază și le pregătește pentru a fi imediat livrate, gratuit, ONG-urilor care desfășoară programe sociale.

În prezent există 5 Bănci regionale, în București, Brașov, Cluj-Napoca, Roman și Oradea. Obiectivele asociației sunt înființarea unei Federații a Băncilor din țară, consolidarea celor existente, dotarea acestora cu echipamente logistice, identificarea și contractarea unor spații de depozitare mai mari, creșterea numărului de retaileri/ producători și ONG-uri cu care colaborează.

Prin proiectul derulat de Banca pentru Alimente în anul 2019 au fost colectate **824 de tone de produse alimentare**, echivalentul a 3.460 de mc de marfă, și distribuite gratuit celor 100 de ONG-uri cu care aceștia colaborează, ajungând la **22.000 de beneficiari**.

Ne-a bucurat enorm decizia Kaufland România de a se alătura companiilor care susțin Banca pentru Alimente București. Susținerea financiară oferită ne-a ajutat să acoperim costurile de funcționare din luna decembrie 2019, luna în care noi am colectat și distribuit peste 83,37 de tone de alimente.

Ne dorim ca în anul 2020 să creștem mai mult, să colectăm cantități mai mari de produse bune de consum, susținând în același timp ONG-urile ce desfășoară programe sociale, cu scopul final de a ajuta cât mai multe persoane aflate în situații de risc în ceea ce privește accesul la hrană.

GABRIEL SESCU
Președinte

ORGANIZAȚIA SUEDEZĂ PENTRU AJUTOR UMANITAR INDIVIDUAL

● *partener comunitar de tradiție*

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea organizației este o societate în care fiecare să fie acceptat și valorizat astfel încât să trăiască o viață demnă.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

1 mil. lei

din care:

3,5%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Terapie pentru tineri cu dizabilități intelectuale

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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 stabilit o legătură
   S-a produs o îmbunătățire
   A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?
Impactul asupra ONG-ului

Capacitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?
Impactul asupra mediului

Educație pentru mediu

TERAPIE PENTRU TINERI CU DIZABILITĂȚI INTELECTUALE

Organizația oferă servicii sociale, după modelul suedez, tinerilor cu dizabilități și vârstnicilor din România și îi ajută să ducă o viață independentă, în ciuda dificultăților cu care se confruntă.

Pe parcursul anului 2019, organizația a desfășurat, cu sprijinul Kaufland România, multiple activități de terapie și socializare pentru **136 de copii și tineri cu dizabilități**:

- 14 tineri cu dizabilitate severă, abandonați de familii, au fost găzduiți în cadrul centrului rezidențial Nils al organizației și au beneficiat de servicii de abilitare și reabilitare
- 14 tineri din comunitate au participat la activitățile zilnice ale centrului de zi și au beneficiat de servicii de recuperare, reabilitare, integrare socială etc.
- 13 tineri din locuințe protejate au participat săptămânal la activități de recuperare și integrare în comunitate
- 14 copii și tineri au participat la activități punctuale de recuperare (stimulare senzorială și kinetoterapie)
- 81 de copii şi tineri din comunitate (sector 2 din București și județul Ilfov) au participat la activități de relaxare, socializare și petrecere a timpului liber.

În plus, asociația a sprijinit și **42 de vârstnici** din comunitate, care au beneficiat de servicii specializate de recuperare și menținere a independenței psihologice, fizice și sociale și au participat la activități de socializare și petrecere a timpului într-un mod creativ.

Evaluarea beneficiarilor și stabilirea unor planuri personalizate de intervenție se face de către o echipă specializată a organizației formată din un asistent social, un psiholog, un medic psihiatru, un kinetoterapeut/maseur, doi psihopedagogi. Planurile de intervenție sunt reevaluate la intervale de maxim 6 luni, urmărindu-se permanent dezvoltarea de noi abilități și păstrarea celor existente.

Organizația a organizat și evenimente de socializare și recreere, evenimente la care tinerii cu dizabilități nu au ocazia să participe în mod normal. Acestea au inclus vizite la muzee, grădina zoologică, parcuri, participarea la concursuri sportive și evenimente culturale.

Kaufland România este o companie care nu are doar o mentalitate de învingător, dar și un suflet pe măsură. Parteneriatul cu Kaufland România ne-a oferit resurse importante pentru a sprijini inițiativele noastre de a oferi mobilitate și integrarea socială pentru tinerii speciali care au apelat la serviciile noastre. Astfel, am putut să îi scoatem din izolarea locuinței, în care își petrec majoritatea timpului, dar și din izolarea socială. Mulțumim din suflet echipei Kaufland România, cu ajutorul căreia tinerii noștri au primit prieteni noi, un sens, stimă de sine și bucurie în sufletele lor.

EUGEN ȘTEFAN ȘTEFĂNESCU
Director Executiv

ASOCIAȚIA LIBRA

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației este îmbunătățirea calității vieții copiilor cu dizabilităţi/cu cerințe educaționale speciale și a celor defavorizați din România (romi, cu risc crescut de excluziune socială, proveniți din familii destrămate).

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

72.590 lei

din care:

75%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Integrare Socială și Terapie Ocupațională pentru copii/tineri defavorizați

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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 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
Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu

INTEGRARE SOCIALĂ ȘI TERAPIE OCUPAȚIONALĂ PENTRU COPII/TINERI DEFAVORIZAȚI

Asociația Libra și-a început activitatea în anul 2019, fiind noua sămânță plantată de Organizația Caritabilă a Regatului Unit al Marii Britanii „Fundația Libra”, care a existat încă din 2007 în România. Obiectivul principal al asociației este îmbunătățirea calității vieții copiilor cu handicap/cu cerințe educaționale speciale (CES) și a celor defavorizați din România, oferind în același timp o experiență lărgită educațional pentru voluntarii britanici și români.

Voluntarii sunt recrutați în fiecare an din liceele și Universitățile din România și UK și pregătiți pentru proiectele din România în fiecare an.

Copiii dezavantajați cu care lucrează în România primesc un program inspirat și interesant de activități educaționale, care includ muzică, dramă, atenție prin activități tactice/introspective, jocuri și sport, dar și alfabetizare prin citire și prezentare de cărți ori filmulețe care să stimuleze apetitul pentru citit.

Grupurile dezavantajate sunt integrate cu copiii obișnuiți pentru a aborda chestiuni precum drepturile și responsabilitățile copiilor, responsabilitatea civică, loialitatea, prietenia și prejudecățile și pentru a îmbunătăți coeziunea socială.

În plus, asociația mai desfășoară un program de îndrumare specializată pentru serviciile de terapie pentru copii care să sprijine părinții, personalul și îngrijitorii copiilor din România, cu terapeuți de renume mondial în terapie ocupațională și integrare senzorială care vin din Marea Britanie în România de două ori pe an voluntar.

În 2019, Asociația Libra a desfășurat patru Proiecte de Integrare Socială în Onești, Comănești, Moinești și Săcele și două Proiecte de Terapie Ocupațională cu voluntari studenți, terapeuți, educatori și cadre medicale din structurile DGASPC Bacău și Brașov, respectiv Centrul de Servicii Sociale Alexandra din Onești și Centrul de Reabilitare Școlară de la Brădet, Săcele (care a inclus și terapeuți din Centrul de Reabilitare Școlară Albina din Codlea).

Proiectul Libra se adresează „copiilor invizibili” ai României, așa cum au fost definiți de un studiu UNICEF în 2012.

Copiii invizibili sunt copiii a căror suferință este nevăzută sau tolerată de societate. Ei sunt vulnerabili la multe riscuri și în general sunt săraci şi excluşi din punct de vedere social. Acești copii nu se pot bucura de drepturile care în mod normal le sunt garantate de Convenţia ONU cu privire la Drepturile Copilului. De cele mai multe ori ei nu au acces sau au acces foarte restrâns la servicii de educaţie, de sănătate și de protecţie socială, inclusiv cele de prevenire a violenţei, neglijării şi exploatării.

Un studiu recent efectuat de DGASPC Bacău arată că numai în județul Bacău, sunt înregistrați peste 19.000 de copii aflați în risc de abandon, sărăcie, excluziune, marea majoritate a acestora aflându-se în zona sud-vestică a județului. Dintre aceștia, doar 550 au acces la servicii sociale de calitate.

Adresate zonelor cu comunități sărace din zona sud-vestică a județului Bacău (valea Trotușului), precum și zonei Săcele

cu un număr masiv de comunități rome, proiectele de Integrare Socială au fost desfășurate ca activitate extracurriculară în parteneriat cu școlile, liceele și comunitățile defavorizate din localitățile Onești, Comănești, Moinești și Săcele, dar și comunele și satele limitrofe. Au fost vizate 16 astfel de comunități.

Proiectele de Terapie Ocupațională Libra se adresează copiilor cu dizabilități și celor care îi îngrijesc, prin crearea unui cadru în care terapeuți de talie internațională din Marea Britanie oferă cursuri, training, workshop-uri și interacțiunea directă cu copii cu dizabilități din structurile specializate din cadrul DGASPC.

În aceste proiecte sunt vizați și studenții din cadrul Facultăților de Terapie Ocupațională, Kinetoterapie, Psihologie și Psihopedagogie Specială din cadrul învățământului universitar românesc.

Proiectul are ca scop atât conștientizarea existenței copiilor și tinerilor invizibili din societatea românească, cât și dezvoltarea personală a voluntarilor din Școlile Gimnaziale, Liceele și Universitățile din România și Marea Britanie prin pregătirea acestora în implementarea unor proiecte sociale, educaționale și culturale având drept obiectiv incluziunea.

Proiectele au avut loc în perioada aprilie – septembrie 2019. Timp de o săptămână, beneficiarii au fost implicați în activități structurate detaliat, fiecare activitate având obiective specifice. În 2019, Proiectele de Integrare Socială Libra au drept tematică CARTA ONU a Drepturilor și Responsabilităților Copiilor.

Beneficiarii direcți ai proiectelor Libra sunt **600 de copii și tineri** aflați în situații de risc, selectați din comunitățile cu risc (zona rurală, comunități rome, copii cu C.E.S., copii din familii destrămate), copii aflați în sistemul de protecție a statului care au astfel oportunitatea de a fi scoși în comunitate și a se juca cu alți copii, precum și copii din învățământul de masă.

În afară de aceștia, proiectele de terapie ocupațională oferă training și pregătire profesională pentru peste **30 de terapeuți** sau studenți viitori terapeuți din învățământul universitar.

În țările Uniunii Europene s-a părăsit modelul tradițional de încadrare în muncă bazat pe o pregătire școlară standardizată a persoanelor dintr-o categorie de handicap sau persoane cu risc crescut de excluziune socială (lipsite de accesul la educație) și s-a pornit spre orientarea către anumite tipuri de meserii (puține totuși la număr) accesibile însă la modul general. Astfel, un tânăr cu dizabilități sau fără educație standard își poate găsi locul de muncă în funcție de capacitățile sale, neafectate de deficiență ori dezavantaj social.

Asociația Libra, prin activitățile educaționale din cadrul proiectelor de integrare socială și terapie ocupațională, încearcă să aducă conștientizarea în rândul copiilor/tinerilor dezavantajați a drepturilor pe care aceștia le au și să promoveze egalitatea și augmentarea accesului la aceste drepturi.

Aceste obiective ale Asociației Libra se pliază perfect pe orientarea pe care Kaufland România o are în domeniul responsabilității sociale. Kaufland construiește relații de durată (este promotorul principal al activităților noastre de peste 5 ani), relații bazate pe încredere și demonstrează implicare și susținere continuă a impactului pe care munca noastră îl are în societate.

De aceea, alegem să ne implicăm în proiecte care schimbă în bine locul în care trăim și mulțumim imens ajutorului pe care Kaufland ni-l oferă pentru a implementa aceste schimbări.

BIANCA-MIHAELA BOLOCAN
Director Programe Sociale

ASOCIAȚIA LINDENFELD

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația Lindenfeld își dorește ca toți copiii și tinerii instituţionalizați să devină adulți împliniți, resposabili și independenți. Asociația își propune să le ofere copiilor și tinerilor instituţionalizați, dar și celor din medii defavorizate, oportunități pentru a se dezvolta și a se pregăti pentru un viitor mai bun.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

1,5 mil. lei

din care:

12,7%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Ajungem MARI și Responsabili

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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 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
Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

AJUNGEM MARI ȘI RESPONSABILI

Programul educațional Ajungem MARI al Asociației Lindenfeld susține pe termen lung copiii și tinerii instituționalizați și din medii defavorizate pentru a AJUNGE MARI, adulți responsabili și independenți.

Ajungem MARI este singurul program la nivel național care sprijină copiii și tinerii instituționalizați pe termen lung și prin activități săptămânale.

Proiectul s-a desfășurat în perioada martie 2019 – februarie 2020, în 23 de județe: Arad, Argeș, Bacău, Bihor, Botoșani, Brăila, Brașov, Buzău, Constanța, Cluj, Dâmbovița, Dolj, Galați, Gorj, Hunedoara, Iași, Mureș, Neamț, Prahova, Sibiu, Suceava, Vrancea.

Principalele activități ale proiectului au fost:

Recrutarea și formarea voluntarilor

În perioada martie – octombrie 2019 au fost organizate 62 de traininguri inițiale pentru voluntarii noi înscriși pentru cele 2 module de voluntariat (aprilie – noiembrie 2019 și noiembrie 2019 – iunie 2020), la care au participat 2.480 de persoane. Dintre acestea, 1.432 au finalizat întreg procesul de selecție. Au mai urmat încă 5 sesiuni de training în perioada februarie – martie 2020, unde au participat 103 persoane, iar 20 de voluntari au fost selectați.

Formarea și creșterea implicării voluntarilor s-a materializat și prin consilierea oferită constant de către psihologul din echipa Ajungem MARI. Voluntarii au primit suport constant pe parcursul celor 2 module, au participat la traininguri online pe diferite teme (emoții, formarea atașamentului, motivație, lucrul cu adolescenții, traumă), la grupuri de asistență online susținute de către psiholog, au primit consiliere în privat.

De asemenea, au fost organizate și grupuri de asistență online pentru coordonatorii de voluntari din județe care au primit sfaturi și consiliere pentru îmbunătățirea abilităților de comunicare, de gestionare a voluntarilor, de formare a unei echipe unite și implicate.

În luna iulie 2019 asociația a organizat pentru prima oară Campul Ajungem MARI – un weekend de teambuilding și formare pentru 100 de voluntari din toate județele unde activează asociația. Timp de 3 zile, voluntari Ajungem MARI din toată țara s-au adunat și au participat la traininguri și workshop-uri pe teme ca: gestionarea emoțiilor; dezvoltarea creativității – ce să fac când nu știu ce să fac cu copiii?; provocarea adolescenței, empathy walk; resursele Ajungem MARI.

În februarie – martie 2020 au fost organizate 8 traininguri intermediare, cu dublu rol: de teambuilding și de aprofundare a metodelor de lucru adaptate nevoilor copiilor instituționalizați, a noțiunilor despre traumă, atașament, motivație, idei de activități și jocuri. La aceste traininguri au participat în total 201 persoane.

Ședințe educative în centrele sociale

Proiectul a contribuit la activitatea principală a organizației prin care copiii și tinerii instituționalizați primesc săptămânal sprijin școlar din partea voluntarilor. 1.963 de copii și tineri instituționalizați sau din familii defavorizate, cu vârste între 4-20 de ani au participat la sedințe săptămânale de pregătire și recuperare școlară, ajutor la teme, ateliere educative, lecții interactive.

Voluntarii din fiecare județ, între 20 și 120 ca număr, au mers săptămânal în echipe de 2-4 voluntari la grupe de 2-10

copii pentru activități educative, sedințe de pregătire școlară, lecții interactive, jocuri de echipă, toate cu scopul de a le dezvolta abilitățile și de a-i forma pentru viața independentă după părăsirea sistemului de protecție.

Voluntarii Ajungem MARI au susținut sedințe de pregătire școlară pentru principalele materii (română, matematică, engleză, franceză etc.) cu grupe de 3-10 copii, dar și pregătire intensivă cu copiii care urmează să susțină examene. Pe lângă ședințele de pregătire și recuperare școlară, voluntarii au organizat multe ateliere creative, senzoriale și de dezvoltare socială.

În toate activitățile cu copiii, voluntarii folosesc metode interactive și adaptează activitățile la nevoile și nivelul fiecărui copil. Se pune accentul pe educație non-formală, pe jocuri și activități distractive pentru a le transmite informații și a le forma valori sănătoase.

Legătura formată între copii și voluntari este cheia în obținerea rezultatelor. Voluntarii le devin prieteni și modele copiilor și astfel pot stabili și atinge împreună obiective educaționale. Ei se concentrează atât pe îmbunătățirea rezultatelor școlare ale copiilor, motivarea lor și oferirea de oportunități cât mai variate de dezvoltare, cât și pe satisfacerea nevoilor de natură afectivă. Copiii primesc încurajări constante, afecțiune și acceptare necondiționată, ceea ce le dezvoltă stima de sine și dorința de implicare.

Crearea suporturilor de curs de educație civică și TIC

Asociația a creat, cu ajutorul specialiștilor, 2 suporturi de curs adaptate nevoilor tinerilor și copiilor din centrele de plasament pentru educație civică și TIC-informatică, utilizarea calculatorului. Suporturile sunt interactive, cu multe exerciții, activități practice și jocuri astfel încât să fie cât mai atractive pentru copii și să le stârnească interesul, facilitând însușirea informațiilor. Atelierele și activitățile au fost adaptate și în funcție de vârsta copiilor.

Cursuri de educație pentru sănătate, educație civică, educație financiară și antreprenorială

845 de copii și tineri din București și cele 23 de județe au participat la atelierele de educație pentru sănătate, educație civică, educație financiară și antreprenorială și TIC-informatică.

Vizite de orientare profesională

În perioada martie 2019 – februarie 2020 au fost organizate 41 de vizite de orientare profesională la care au participat în total **281 de copii**. Copiii și tinerii au vizitat mai multe companii și medii de lucru precum: Fabrica de ulei din Buzău, un laborator de cofetărie, șantierul naval Constanța, ISU Dobrogea – secția de pompieri Mangalia, o frizerie canină, o tipografie, Uzina Dacia, Fabrica Ford, saloane de înfrumusețare, fabrici de producere de mase plastice, cabluri și ansambluri de cabluri, betoane, o turnătorie, florării etc.

În urma pregătirii școlare cu voluntarii din cadrul asociației, copiii/tinerii au reușit să înregistreze un ușor progres școlar la unele din obiectele de studiu. Copiii și tinerii sunt mai motivați sa aibă rezultate școlare bune, au înțeles că educația stă la baza viitorului lor.

Implicarea voluntarilor i-a ajutat pe copii să își îmbunătățească cunoștințele generale, să devină mai comunicativi și mai deschiși la experiențe și activități noi, să capete mai multă încredere în forțele propii, să relaționeze mai ușor cu oamenii din jurul lor, să lucreze mai bine în echipă, să-și dezvolte abilitățile de sinteză și analiză. Prin lucrul cu voluntarii care le-au devenit prieteni și modele, copiii și tinerii au deprins norme sociale, și-au însușit parte din valorile voluntarilor cu care au dezvoltat o relație și în care au încredere, au devenit mai motivați să lupte pentru un viitor mai bun.

Am găsit în Kaufland un partener deosebit care se implică foarte responsabil în susținerea comunităților, care ajută ONG-urile să crească, să se dezvolte și să devină sustenabile. Kaufland a înțeles cu adevărat nevoile pe care ne-am propus să le acoperim prin acest proiect și cu ajutorul lor am făcut ca acest lucru să devină realitate.

Pentru noi, sprijinul acordat de Kaufland România a contat enorm în dezvoltarea organizației și a crescut impactul pe care voluntarii l-au avut asupra educației și dezvoltării copiilor și tinerilor din centrele de plasament. Ne-am bucurat că am putut extinde atelierele de educație pentru sănătate în toate cele 23 de județe în care activăm și am putut să creăm noi suporturi de curs adaptate nevoilor copiilor instituționalizați.

Sunt recunoscătoare pentru frumoasa colaborare și pentru acest proiect prin care am crescut implicarea comunității locale, ceea ce ne-a permis nu doar să ajutăm mai mulți copii și tineri din centre de plasament, ci și să le oferim sprijin pe termen lung.

IARINA TABAN
Președinte

ASOCIAȚIA MORE THAN A SMILE

● *partener comunitar de tradiție*

VIZIUNE & MISIUNE

Asociaţia are ca obiective: promovarea drepturilor copiilor instituţionalizaţi prin educaţie, cultură, promovarea tinerilor voluntari și a voluntariatului prin programele S.E.V. și promovarea drepturilor copiilor instituţionalizaţi.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

65.000 lei

din care:

75%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Merit O Șansă

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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 stabilit o legătură
   S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?
Impactul asupra ONG-ului

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?
Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu

MERIT O ȘANSĂ

Obiectivele Asociației More than a Smile sunt dezvoltarea unui centru de voluntariat în municipiul Râmnicu Vâlcea, înființarea unui Centru de Reintegrare Socio-Profesional pentru tinerii care părăsesc sistemul de protecție socială, înființarea unor apartamente sociale pentru copii și tineri, în parteneriat cu Direcția Generală de Asistență și Protecția Copilului, integrarea tinerilor din sistemul de protecție pe piața muncii, prin proiecte derulate anual, reducerea abandonului școlar în comunitățile din Brezoi.

Prin proiectele pe care le desfășoară, asociația susține tinerii care, odată ce ajung la vârsta de 18 ani, părăsesc sistemul de protecție socială, dar care nu sunt pregătiți de viața în afara mediului cunoscut lor.

În perioada 7-15 august 2019, **37 de copii** din Centrul Pinocchio si Centrul de Plasament Ana s-au bucurat de tabără educațională Merit O Șansă. Prima ediție a taberei s-a desfășurat la Brezoi, Județul Vâlcea și a inclus activități pentru deprinderi de viață, activități de ecologizare, activități de dezvoltare personală, activități organizatorice în cadrul Festivalului Open Air Blues Festival – Brezoi.

Odată am făcut parte din Sistemul de Protecție Socială. Până să înființez un ONG nu am crezut vreodată că voi ajunge aici, că aveam să atrag lângă mine voluntari care să se implice cu sufletul. Mi-am propus să ofer copiilor din centrele de plasament din Vâlcea accesul la o mai bună educație, prin proiecte de integrare. Sunt voluntar pentru viață, alături de cei care au nevoie de mine acum.

Nu m-am aşteptat vreodată să primesc această șansă de la Kaufland România. A fost un punct de plecare pentru mine și pentru proiectele sociale pe care le dezvolt.

TUDOR FLORIN ELVIS
Președinte

ASOCIAȚIA ȘANSA TA

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea asociației este aceea de a construi o comunitate în care tuturor să le fie respectate drepturile, o comunitate responsabilă, care generează schimbări pozitive și durabile pentru societate.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

400.000 lei

din care:

52,5%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 5

- O șansă caldă
- Zâmbetul din cutie
- Tabăra din viața ta
- Cupa „Șansa ta"
- Rechizite pentru viitorul tău

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

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 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
Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

Obiectivul principal al Asociației „Șansa Ta" constă în implicarea în problemele sociale ale comunității, prin diverse programe și activități sociale, cultural-artistice, ecologice și pentru sprijinirea copiilor, studenților, tinerilor, persoanelor în vârstă și/sau a familiilor cu situații sociale precare.

În 2019, asociația a desfășurat, cu sprijinul Kaufland România, mai multe proiecte care să vină în sprijinul oamenilor care au cea mai mare nevoie de ajutor.

- Campania „O șansă caldă" este deja un proiect cu tradiție la Gara de Nord. O dată pe săptămână, voluntarii Şansa Ta împart celor săraci și fără adăpost mâncare caldă, pâine, fructe, conserve şi obiecte vestimentare. De cele mai multe ori, la Gara de Nord vin şi cadre medicale care oferă ajutor specializat, acordând asistenţă celor prezenţi. În mai multe cazuri, oamenii întâlniţi aici şi-au pierdut actele sau nu au deţinut niciodată documente de identificare, aşa că Asociaţia Şansa Ta îi ajută să obţină o identitate oficială.

În 2019, asociația a reușit să ofere o masă caldă pentru **500 de oameni ai străzii**, însumând peste 40.000 de porții de hrană. În plus, asociația a organizat și o masă de Paște, ocazie cu care **250 de persoane** nevoiașe din capitală, dar și copii de la centrul social din comuna Bilcureşti, Dâmboviţa au primit o masă caldă, precum și pachete cu alimente, dulciuri, produse igienico-sanitare şi obiecte vestimentare.

- Unul dintre cele mai ample evenimente organizate anual de asociație este campania umanitară „Zâmbetul din cutie". Aceasta presupune ca elevii şi preşcolarii din capitală şi din împrejurimi să adune, în cadrul instituţiilor de învăţământ de care aparţin, daruri de Crăciun selectate şi împachetate de ei, în cutii de pantofi, urmând ca acestea să ajungă la copii mai puțin norocoși.

În 2019, darurile au ajuns la **14.000 de copii orfani** sau cu posibilităţi materiale reduse din cele mai îndepărtate colţuri ale ţării, în 16 județe. 34 de școli au participat la campanie.

Punctul culminant al campaniei a fost concertul caritabil desfăşurat în data de 9 decembrie, la Muzeul Naţional al Ţăranului Român. În sală au fost prezenţi copiii din mai multe centre de plasament din Bucureşti şi copiii din familii modeste din judeţele Ilfov, Dâmboviţa, Ialomiţa şi din capitală, care s-au bucurat de o seară de neuitat. Pentru restul persoanelor care au participat la concert, biletul de intrare a fost un dar pentru un copil defavorizat.

- În august 2019, asociația a organizat o tabără în Eforie Sud, pentru **35 de copii** care au rezultate bune la școală, din centrul social Bilcureşti sau care provin din familii defavorizate. Sunt copii care nu cunosc plăcerea unei tabere și care merită șansa de a se dezvolta din punct de vedere social, fizic și moral.
- În septembrie 2019, asociația a donat rechizite școlare pentru **250 de copii** din județele Ilfov și Dâmbovița. Este un sprijin fără de care mulți dintre acești copii ar renunța la școală.

În data de 23 iunie 2019, asociația a organizat a șasea ediție a evenimentului sportiv caritabil Cupa „Șansa Ta", la Complexul Cultural Sportiv Studențesc Tei. Acest eveniment devenit deja tradiție, realizat în colaborare cu ASC Dinamo Noua Generație și Kaufland România, a adus împreună 130 de copii, proveniți din centrele sociale și de plasament din sectoarele 2, 3, 4, 5 și 6 ale capitalei și din comunități defavorizate din județele Ilfov și Dâmbovița, precum și de la „conacul social" din Bilciurești, fondat de Asociația Șansa Ta în 2016.

A fost o ocazie pentru acești copii nu numai de a practica sport, dar și de a cunoaște spiritul de echipă, sentimentul de apartenență la un grup. Pentru o zi, au uitat de greutățile zilnice și s-au bucurat de activități recreative.

Am început colaborarea cu Kaufland România acum 6 ani, cu proiectul Zâmbetul din cutie. În acest timp, am învățat că cel mai important lucru este să te integrezi în echipele cu care lucrezi, iar conexiunea cu oamenii și dorința de a performa și învăța zi de zi sunt lucrurile care contează cel mai mult. Și exact asta am găsit la Kaufland – o echipă de management orientată spre bine, care colaborează excelent cu ONG-urile partenere. Mă bucur că au încredere în noi și că împreună putem să realizăm proiecte care să ajungă la cât mai mulți oameni. Apreciez rapiditatea, comunicarea deschisă și implicarea.

GABRIEL CIUBOTARU
Președinte

ASOCIAȚIA SPERANȚĂ PENTRU COPII

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Principalele obiective ale asociației sunt promovarea drepturilor copiilor și a voluntariatului.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

400.000 lei

din care:

43%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• O haină = O speranță

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Donație echipamente

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 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
Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu

O HAINĂ = O SPERANȚĂ

Prin proiectul „O haină = O speranță”, Asociația Speranță pentru Copii recondiționează articolele vestimentare primite din donații și le transformă în îmbrăcăminte pentru persoanele dezavantajate.

În 2019, Kaufland România a donat uniformele vechi ale angajaților, care au fost schimbate pentru a se alinia la standardele internaționale. Din șorțurile, halatele scurte și lungi primite, asociația a confecționat cearceafuri, fețe de pernă și huse de plapumă pentru două cămine ale complexului de servicii Timiș – Centrul de Îngrijire şi Asistenţă Timiş şi Centrul de Îngrijire şi Asistenţă „Sfântul Anton” - unde sunt instituționalizate **120 de persoane** cu handicap și/sau retard psihic și unde au ajuns peste 1.000 de articole.

Timp de 4 luni, hainele au fost sortate, curăţate chimic, descusute, croite, modificate, cusute, ambalate individual şi apoi în cutii.

Copiii participanți la proiectul social educativ „Să învățăm”, desfășurat cu ajutorul Kaufland România în 2018, au contibuit activ la proiectul „O haină = O speranță”. Cei care au învățat meseriile de croitor, modist, decorator scenă, florist și butafor au fost și cei care au luat parte la atelierele de coasere și asamblare a articolelor vestimentare.

Astfel copiii au învățat să ofere la rândul lor sprijin și ajutor persoanelor care au nevoie.

O a doua etapă a proiectului s-a desfășurat în toamna anului 2019, când asociația a recroit bluze, tricouri, veste și halate și a oferit articolele de îmbrăcăminte pentru **250 de persoane fără adăpost**. În plus, o parte din articole au fost donate în cadrul campaniei „O masă caldă pentru fiecare”, de care au beneficiat **600 de persoane**.

Proiectul „O haină = O speranță” este foarte important și pentru mediul înconjurător. Hainele, echipamentele și uniformele donate de Kaufland România sunt astfel reciclate și refolosite.

Împreună cu Kaufland România ajutăm și oferim speranță copiilor și persoanelor defavorizate: adulți instituționalizați și persoane fără adăpost, din județul Brașov și nu numai. Asociația Speranță pentru Copii desfășoară proiecte de responsabilitate socială dedicate copiilor și adulților defavorizați mulțumită sprijinului financiar oferit de Kaufland România. Astfel, cu ajutorul primit reușim să bucurăm copiii mici și mari, să le înlesnim accesul la educație în cadrul atelierelor unde învață meserii culturale, să le dăm șansa de a învăța să ofere înapoi bunătate prin participarea la proiectul «O haină=O speranță», să îi invităm în tabere în timpul vacanțelor școlare, să le oferim șansa să participe la activități și acțuni de promovare a drepturilor copiilor și să le oferim copilăria în dar.

Mulțumim Kaufland România și mulțumim doamnei Katharina Scheidereiter, împreună cu dumneavoastră suntem Speranță pentru Copii.

ANDRATA TUDOR
Președinte

FUNDAȚIA VIAȚĂ ȘI LUMINĂ

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea fundației este aceea de a ajuta copii și tineri abandonați, aflați în dificultate și formarea pentru o viață independentă.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

3,7 mil. lei

din care:

2,13%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Niciodată singur

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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 stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Educație pentru mediu

NICIODATĂ SINGUR

Clădirea în care funcționează programul Prevenire - Niciodată Singur este din anii 1930. Din 2012, aparține Administrației Piețelor, dar Fundația Viață și Lumină are drept de folosință cât timp are convenție de colaborare cu DGASPC Sector 1.

Fundația activează în acest loc de peste 20 de ani, iar beneficiarii știu unde să o caute. Sediul este poziționat foarte aproape de Gara de Nord, acolo unde vin multe persoane fără adăpost.

În clădire se desfășoară majoritatea activităților programului: management, achiziționarea și prepararea mâncării, pregătirea mâncării și a restului de ajutoare pentru distribuirea către oamenii străzii de către Echipa Mobilă, identificarea copiilor străzii și a celor care locuiesc în stradă împreună cu părinții, actualizarea bazei de date cu beneficiarii programului, pregătirea și servirea unei mese calde persoanelor nevoiașe în fiecare sâmbătă și duminică, consiliere psihologică, juridică, pentru găsirea unui loc de muncă, activități educaționale.

În ciuda eforturile depuse, clădirea s-a degradat - acoperișul este spart și ploaia pătrunde în clădire. Cu sprijinul Kaufland România, fundația a demarat procesul de consolidare a clădirii: a cerut o expertiză statică a clădirii, a solicitat oferte de preț, a achiziționat materiale de construcție.

Peste **300 de persoane** pot beneficia în continuare de serviciile oferite de Centrul de Urgență.

Parteneriatul dintre Kaufland România și Fundația Viață și Lumină a început în toamna anului 2015. De atunci, beneficiarii noștri s-au bucurat de tot ceea ce Kaufland ne-a oferit: produse, bonuri valorice, sprijin financiar pentru achiziționarea unor produse sau servicii extrem de necesare. Mâna întinsă în semn de ajutor de către Kaufland a reprezentat întotdeauna un sprijin real și venit la timp, răspunzând unor necesități stringente. Nu avem decât cuvinte de mulțumire și sperăm că acest parteneriat va continua. Kaufland România este acel prieten care la nevoie se cunoaște, care oferă ajutor acolo unde avem mai mare nevoie. Mulțumim, Kaufland România!

FLORIN IANOVICI
Director General

ASOCIAŢIA „SFÂNTUL NICOLAE ŞI SFÂNTUL EFREM CEL NOU"

● *partener comunitar de tradiție*

VIZIUNE & MISIUNE

Obiectivele asociației sunt îmbunătățirea calității vieții pacienților cu afecțiuni oncologice și a copiilor internați în spitale, reducerea sărăciei și integrarea socială a copiilor care provin din familii sărace, susținerea familiilor aflate în situaţii de criză, situaţii limită.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

285.000 lei

din care:

5%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• De Crăciun, pentru cei aflați în suferință

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în produse

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea 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
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?
Impactul asupra mediului

Nu este cazul

DE CRĂCIUN, PENTRU CEI AFLAȚI ÎN SUFERINȚĂ

Campania „De Crăciun, pentru cei aflați în suferință" s-a desfășurat în luna decembrie 2019. Asociația a împărțit **420 de pachete** cu produse specifice de Crăciun pacienților internați în două spitale, Spitalul Fundeni și Institutul Oncologic București.

Pentru noi, colaborarea cu Kaufland este deja o tradiție. Kaufland ne-a fost alături încă din anul 2017. Ne-a sprijinit tot anul 2018, pentru a putea îmbunătăți calitatea vieții pacienților cu afecțiuni psihiatrice și nu numai. În 2019, Kaufland a făcut posibil unul dintre proiectele noastre de suflet - ne-a permis să-i vizităm în prag de Crăciun pe bolnavii cu afecțiuni oncologice sau alte boli grave, internați în două spitale. Proiectul este la a doua ediție. Kaufland ne-a permis să aducem un strop de speranță, să dăruim o îmbrățișare acolo unde de multe ori boala și chiar singurătatea devin apăsătoare. Colaborarea cu Kaufland înseamnă pentru noi să aduci speranță, să poți arăta celui aflat în suferință că la capătul tunelului și al durerii se vede o luminiță. Mulțumim, Kaufland, pentru tot!

NICOLETA ȚINTEA MORARU
Președinte

ASOCIAȚIA PENTRU HANDICAPAȚI PSIHICI CARAȘ-SEVERIN

● *partener comunitar de tradiție*

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației este sprijinirea persoanelor cu dizabilități psihice și neurologice în vederea reintegrării lor în societate.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

12.000 lei

din care:

16,7%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Pachete de Crăciun

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în tichete cadou

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Îmbunătățirea calității vieții
   Schimbarea atitudinii / comportamentului
2. S-a stabilit o legatură
   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
Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Servicii noi sau îmbunătățite

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

PACHETE DE CRĂCIUN

Continuând tradiția începută în anul 2018, Kaufland România a sprijinit asociația și în 2019. Astfel, 92 de persoane aflate în grija asociației (40 de copii și 52 de adulți) s-au putut bucura de un pachet de Crăciun.

PROIECTE ADIȚIONALE

- **Asociația de Părinți Nicolae Cornățeanu Tulcea**
  Lumea lui Moș Crăciun
- **Asociația Evanghelică de Diaconie Mediaș**
  Donație lenjerii
- **Asociația Licurici Giurgiu**
  Sprijin pentru persoane seropozitive
- **Fundația Filantropică Sfânta Irina**
  Ajutor de Paște
- **Asociația Hermes**
  ajutor pentru 205 copii săraci din Județul Teleorman

SPORT & SĂNĂTATE

21 ASOCIAȚII

37 PROIECTE

214.031 BENEFICIARI

Asociația 11even	166
Asociația Club Sportiv Climb Again	170
Asociația Orașul Meu, Culorile Mele	174
Asociația Pentru Responsabilitate Socială PLAN B	176
Asociația Română pentru Intoleranță la Gluten	178
Asociația SAMAS	181
Asociația Wello	184
Organizația Salvați Copiii	186
Fundația Hospice „Casa Speranței”	190
Asociația Simte Românește	192
Asociația rază de speranță	193
Asociația UNTOLD	196
Asociația Centru Terapeutic Marea Neagră	197
Asociația Sportivă Rugby Club Antonio Jr.	199
Asociația CIA Coaching în Alergare	201
Asociația Club Sportiv AtletIS	204
Asociația Club Sportiv MPG	207
Asociația Sport Non Stop	210

ASOCIAȚIA 11EVEN

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea asociației este un viitor în care sportul și mișcarea sunt privite ca instrumente esențiale în dezvoltarea unei comunități sănătoase; un viitor în care tinerii performeri români formează o comunitate activă și puternică, cu impact direct deosebit în zona socială, economică, administrativă și culturală a României.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

1,8 mil. lei

din care:

98%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 3*

- Bucurie în Mișcare 2019
- Bucurie în Mișcare Mamaia Nord
- Bucurie în Mișcare Epic Adventure la Neversea & Untold

**Proiectele dezvoltate de Asociația 11even, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Educație, Social și Sport & Sănătate*

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

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

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

BUCURIE ÎN MIȘCARE & BUCURIE ÎN MIȘCARE MAMAIA NORD

Nu facem suficientă mișcare - mai mult de jumătate dintre români sunt obezi sau supraponderali și peste un milion suferă de boli metabolice. Nu mai știm să ne conectăm - socializarea din curtea blocului sau de pe uliță a fost înlocuită de rețele sociale virtuale. Nu mai apreciem activitățile afară - în România, un copil petrece aproape 23 de ore pe săptămână în fața unui ecran (calculator sau televizor).

Demarat de Asociația 11even în 2012, Bucurie în Mișcare este un program de promovare a sportului și a mișcării în comunitate.

Campania Bucurie în Mișcare, organizată de Asociația 11even cu sprijinul Kaufland România, a ajuns anul trecut la peste **70.000 de oameni** și a adus laolaltă 300 de cluburi sportive și 1.200 de voluntari, demonstrând, încă o dată, că este cea mai importantă serie de evenimente care promovează la nivel național sportul în masă.

În 2019, campania Bucurie în Mișcare a avut două componente – proiectul Bucurie în Mișcare Mamaia Nord, desfășurat între 7 și 26 mai în magazinul estival Kaufland și finalizat cu festivalul Bucurie în Mișcare Constanța, și 12 festivaluri Bucurie în Mișcare desfășurate între 4 mai și 16 iunie în Timișoara, Craiova, Roman, Galați, Arad, Râmnicu Vâlcea, Reșița, Târgoviște, Bacău, Satu Mare, Sighetu Marmației și Alexandria.

Demarat în 2018, proiectul Bucurie în Mișcare Mamaia Nord transformă un spațiu atipic – magazinul estival Kaufland – în spațiu de promovare a mișcării pentru un stil de viață sănătos.

Pornind de la premisa că jocul, mișcarea, sportul îi ajută pe copii să fie mai sănătoși și mai fericiți, dar și să-și însușească valori care să-i ajute în viață, spațiul dedicat activităților a fost organizat în patru zone distincte, corespunzătoare unor valori pe care participanții le puteau însuși prin participarea la diverse activități sportive. Prin activitățile implementate, copiii au învățat despre ambiție, curaj, prietenie și respect. Totodată, a fost integrat un spațiu special în cadrul căruia copiii au putut să-și testeze talentul pentru diverse sporturi, prin metoda Sport Analytik.

80 de voluntari de la Grupul Local de Tineret Constanța au coordonat activitățile și au îndrumat participanții.

Desfășurat pe parcursul a trei săptămâni, în perioada 7 și 26 mai, programul a fost accesat de peste **5.000 de elevi** din Năvodari și Constanța, care s-au înscris și au participat cu clasa la activități, precum și de **50 de copii din centre de plasament**.

Celelalte 12 festivaluri au fost organizate în orașele care au câștigat competiția „Hai în Pauza de Mișcare", desfășurată în primăvara anului 2019 cu scopul de a atrage atenția asupra nevoii de mișcare ca soluție pentru stresul vieții cotidiene. Desfășurată online în 32 de orașe, competiția a contorizat la final peste 16.000 de postări pe rețelele sociale, prin care susținătorii inițiativei au adunat puncte pentru orașele lor, publicând imagini și filmulețe cu ei făcând sport. S-au calificat pentru organizarea festivalurilor orașele care au adunat cele mai multe puncte și s-au clasificat pe primele trei locuri în grupele lor de mărime.

Pentru a promova mișcarea nu doar la oraș, ci și la țară, unde nu există facilități pentru practicarea sportului și nu au loc evenimente care să promoveze mișcarea, Asociația 11even a lansat competiția „Fă mișcare în pauza mare!", la care s-a putut înscrie orice școală din mediul rural pentru a câștiga o excursie de o zi la unul din festivalurile noastre. Astfel, peste **1.300 de elevi** din 31 de școli din județele Argeș, Bacău, Bistrița-Năsăud, Brașov, Caraș-Severin, Cluj, Dâmbovița, Dolj, Galați, Harghita, Iași, Maramureș, Neamț, Olt, Satu Mare, Teleorman, Timiș, Vaslui s-au alăturat zecilor de mii de copii, tineri și adulți care au luat parte la evenimentele Bucurie în Mișcare.

BUCURIE ÎN MIȘCARE EPIC ADVENTURE LA NEVERSEA & UNTOLD

Bucurie în Mișcare a ajuns în 2019 și la două dintre cele mai importante festivaluri din țară, Neversea și Untold, pentru o aventură cu totul epică.

Trei zone au fost pregătite să primească festivalierii și să răspundă la cât mai multe dintre dorințele acestora. Prima și cea mai impunătoare zonă a reprezentat-o cea de aventură, urmată de zona de jocuri exatlon, acestea fiind urmate de zona de relaxare.

Voluntarii au avut grijă în permanență de cei **5.000 de participanți** și au avut grijă ca toată lumea să își creeze amintiri de neuitat în lumea magică – Epic Adventure. Muzica bună a celor mai cunoscuți artiști s-a combinat perfect cu zonele de activități, astfel reușind să aducă multe zâmbete miilor de festivalieri.

ASOCIAȚIA CLUB SPORTIV CLIMB AGAIN

O partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația are misiunea de a crea și promova un cadru în care copiii și tinerii cu nevoi speciale din România să își atingă potențialul maxim prin practicarea unui sport – escalada – cu accent pe dezvoltarea abilităților de viață independentă și de integrare socială.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

916.000 lei

din care:

50%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 2

- Festivalul Climb Again – Puternici Împreună (trei ediții)
- Minicentrele Climb Again

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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 A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

A fi independent înseamnă a nu depinde de nimeni sau de nimic, a fi autonom și a te bizui pe propriile forțe. A fi nevăzător însă înseamnă pentru mulți dintre noi pierderea totală a independenței. Această stigmă socială face ca pentru cele peste 200.000 de persoane cu dizabilități din România, viața să însemne trăirea în completă izolare, neimplicare în societate și neîncredere în forțele proprii.

OVERCOME THE IMPOSSIBLE

- aceasta este filozofia Climb Again, în care oamenii nevăzători (dar și orice persoană cu nevoi speciale) învață cum să-și recapete independența și să trăiască pe cont propriu.

Încă din 2014 Climb Again organizează sesiuni gratuite de terapie prin escaladă, precum și sesiuni gratuite de kineto, fizioterapie şi psihoterapie atât pentru copii și tineri cu deficiențe, cât și pentru părinții acestora.

FESTIVALUL CLIMB AGAIN: PUTERNICI ÎMPREUNĂ

EDIȚIA 2

MARTIE – APRILIE 2019, CENTRUL CLIMB AGAIN BUCUREȘTI

Peste **70 de copii și tineri cu deficiențe de vedere** proveniți de la cele 7 școli speciale din toată țara și **15 copii și tineri tipici** de la Școala Ferdinand din București au participat la a doua ediție a celui 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, 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 al voluntarilor.

EDIȚIA 3

IULIE – AUGUST 2019, CHEILE SOHODOLULUI, TÂRGU JIU

Peste **25 de copii** de la școlile speciale pentru deficienții de vedere din România au participat în perioada 28 iulie – 1 august la singurul Festival de Cățărat în Natură. Evenimentul a avut loc la Cheile Sohodolului, lângă Târgu Jiu cu scopul de a oferi copiilor cu dizabilități acces la terapie prin sport și oportunități de interacțiune și socializare.

Timp de 5 zile, 25 de copii cu vârste cuprinse între 12 și 15 ani, provenind de la cele 7 școli speciale

pentru persoanele cu deficențe de vedere din toată țara – București, Cluj, Timişoara, Arad, Târgu Frumos, Buzău, au avut parte de provocatoarea experiență a cățăratului la stâncă. Expunerea în

natură îi ajută pe cei mici să se adapteze unor condiții noi de mișcare, să perceapă diferențele de abordare între escalada indoor și cea outdoor, dar și să aprecieze diversitatea și spectaculozitatea stâncii.

La eveniment au participat și **5 copii tipici**, voluntari, pentru a forma echipe mixte cu cei nevăzători. Participanții sunt supravegheați de sportivii și instructorii Lotului Național de Paraclimbing.

După Festivalul de Cățărat în Natură, copiii au fost mai capabili să interacționeze cu alți copii și să lege prietenii, indiferent de starea de sănătate. Mai mult decât atât, copiii și tinerii cu deficiențe de vedere au spus că sunt dornici de interacțiuni cu tineri și copii tipici, iar cea mai importantă activitate pe care își doresc să o facă împreună (echipe mixte văzător – nevăzător) este sportul, în general, escalada, în special.

EDIȚIA 4

NOIEMBRIE 2019, CENTRUL CLIMB AGAIN BUCUREȘTI

Sub deviza deja cunoscută „Puternici Împreună", Asociația Climb Again a organizat în data de 23 noiembrie cea de-a patra ediție a Festivalului de Cățărat. În cadrul festivalului au urcat la înălțimea celor 5 metri ai pereților de escaladă peste **70 de copii și tineri cu deficiențe de vedere** proveniți de la cele 7 școli speciale din toată țară, dar și **15 copii și tineri** tipici, care și-au depășit astfel limitele și au urcat o treaptă nouă în drumul spre independență.

Evenimentul a luat forma unui circuit de activități sportive: escaladă pe perete vertical, activități specifice unui parc de aventură și tiroliană, toate având ca beneficiari direcți copiii și tinerii cu deficiențe de vedere.

94% dintre cei chestionați au spus că după eveniment, unde au avut ocazia să urce pe peretele de escaladă în condiții de maximă siguranță, sunt mai siguri pe ei și pot face lucruri singuri, fără ajutorul celor din jur. 81% dintre ei au declarat că sunt mai optimiști și că acum pot vedea și partea bună a lucrurilor. Un aspect extrem de important este raportarea la forțele proprii. După ce au avut parte de aventură și adrenalină prin escaladă, copiii și tinerii cu diverse tipuri de deficiențe de vedere au spus, în proporție de 94%, că sunt mai siguri pe propriile forțe. Acest aspect este unul foarte important, ținând cont de faptul că o persoană cu deficiențe de vedere poate duce o viață activă, cu implicare în viața de zi cu zi, dar și în societate. Un rezultat surpriză face referire la mobilitate. Cei intervievați în cadrul chestionarului se consideră capabili să meargă singuri la școală (90%).

MINICENTRELE CLIMB AGAIN

Centrul Climb Again - primul centru de terapie prin sport pentru copiii cu dizabilități din Europa, a lansat două parteneriate strategice pentru incluziunea și terapia prin sport a copiilor și tinerilor cu deficiențe de vedere.

Colaborarea cu școlile speciale pentru deficienții de vedere - Liceul Teoretic Iris din Timișoara și Liceul Special Moldova din Iași, la care se adaugă dorința copiilor de a se cățăra mai des, i-a determinat pe coordonatorii Asociației Climb Again să identifice și să pună bazele unor parteneriate speciale cu Sala de Cățărat „One Move" din Timișoara și cu „Zero Gravity" din Iași. Mini-centrele sunt cele mai bune exemple de colaborare atât pentru incluziunea tinerilor cu deficiențe de vedere, cât și pentru identificarea și selectarea talentelor pentru Lotul Național de Paraclimbing.

Beneficiarii direcți ai acestui proiect sunt aproximativ **100 de copii** instituționalizați, însă impactul indirect este resimțit și mai mult în rândul profesorilor, familiei, prietenilor și societății civile.

În fiecare an ne-am propus mai mult și mai mult, și i-am provocat pe toți membrii echipei noastre și pe partenerii noștri pentru a ne atinge ambițiile pe termen lung: să oferim o viață normală, independentă tinerilor cu nevoi speciale din România. Parteneriatul nostru strategic cu Kaufland ne ajută enorm să ajungem și să schimbăm viețile copiilor cu nevoi speciale din toată țara. Mulțumim!

CLAUDIU MIU
Președinte Climb Again

ASOCIAȚIA ORAȘUL MEU, CULORILE MELE

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației este de a contribui la îmbunătățirea calității vieții copiilor și a familiilor de toate tipurile, din România.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

700.000 lei

din care:

83%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Ce mâncăm?

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
   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

CE MÂNCĂM?

Asociația Orașul Meu, Culorile Mele a continuat, cu sprijinul Kaufland România, campania națională de combatere a creșterii îngrijorătoare a ratei obezității infantile începută în 2018.

Prin proiectul „Ce mâncăm?", asociația a 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 că obiceiurile care duc la un stil de viață sănătos se învață din copilărie.

Astfel, copiii de la grădinițele participante au avut ocazia de a participa la ateliere creative, unde au învățat despre beneficiile unei diete echilibrate, dar și la sesiuni interactive, unde s-au jucat și s-au familiarizat cu noțiuni de viață sănătoasă.

În mod deosebit programul „Ce Mâncăm?" promovează în rândul copiilor consumul zilnic de fructe și legume proaspete la grădinițele participante și le oferă familiilor un instrument interactiv prin care încurajează copiii să adopte un stil de viață sănătos.

În urma primei etape din 2018 a programului, asociația a raportat următoarele îmbunătățiri în calitatea vieții copiilor din cadrul grădinițelor participante:

- 69% dintre copii au știut că se recomandă 60 de minute sau mai mult de activitate zilnică, comparativ cu 60% la începutul programului;
- 41% dintre copii știau că MyPlate conține cinci grupe de alimente față de 21% la începutul programului;
- 55% dintre copii au știut că jumătate din farfurie ar trebui să fie fructe/legume față de 22% la începutul programului;
- 64% dintre copii au știut că un sfert din farfurie trebuie să conțină cereale integrale față de 42% la începutul programului.

În perioada septembrie 2019 – iunie 2020, **7.000 de preșcolari** au învățat ce înseamnă mâncarea bună și cum să dezvolte obiceiuri sănătoase care să îi ajute pe tot parcursul vieții. Până acum, 388 de grădinițe s-au înscris în programul „Ce mâncăm?".

ASOCIAȚIA PENTRU RESPONSABILITATE SOCIALĂ PLAN B

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația pentru Responsablitate Socială PLAN B își propune sevicii pentru îmbunătățirea calității vieții, educația nutrițională și ecologică fiind principalele obiective prin care cât mai mulți beneficiari să primească informațiile și instrumentele necesare pentru o viață sănătoasă, cu impact minim asupra mediului.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

421.000 lei

din care:

83%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

- Akademia Kinderland

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
   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

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Educație pentru mediu

AKADEMIA KINDERLAND

Proiectul „Academia Kinderland", demarat în 2018 de Asociația pentru Responsabilitate Socială PLAN B, în parteneriat cu Kaufland România, a continuat și în 2019.

Academia Kinderland este o școală de nutriție care îi învață pe copii cum să mănânce sănătos, prin educație nonformală. Proiectul se bazează pe învățare prin demonstrații, joc, imagini, simțuri, având ca suport mijloace butaforice și digitale, precum și fenomene senzoriale.

Copiii vizualizează, astfel, mecanismele de funcționare ale corpului uman în raport cu mâncarea, află de la cum trebuie să combine corect alimentele până la cum să devină responsabili și să evite risipa alimentară.

Timp ce 7 luni, școala mobilă s-a aflat în parcarea magazinul Kaufland Basarab și a primit peste **10.000 de copii și părinți** dornici să afle cum pot avea o viață sănătoasă și echilibrată.

Educația reprezintă cheia pentru îmbunătățirea calității vieții fiecăruia dintre noi, iar PLAN B a găsit în Kaufland România partenerul potrivit pentru a transforma în realitate inițiative care garantează nu numai prezentul, ci și viitorul. Implicarea, acțiunea, responsabilitatea socială, sustenabilitatea sunt principii comune care stau la baza colaborării îndelungate dintre PLAN B și Kaufland România.

OANA DUMITRIU
Președinte PLAN B

ASOCIAȚIA ROMÂNĂ PENTRU INTOLERANȚĂ LA GLUTEN

O partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea Asociației Române pentru Intoleranță la Gluten este aceea de a asigura o viață normală celiacilor din România, punând bazele unui cadru social și legislativ.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

470.000 lei

din care:

30%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Caravana România fără Gluten

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Îmbunătățirea calității vieții

2. 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
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

CARAVANA ROMÂNIA FĂRĂ GLUTEN

Asociația are ca obiectiv îmbunătățirea calității vieții pentru toate persoanele care suferă de boala celiacă (intoleranța autoimună la gluten). Pentru aceste persoane, singurul tratament este dieta ținută corect.

De aceea sunt foarte importante diagnosticarea rapidă, managementul corect al bolii și dieta ținută corect. Dat fiind că boala este grav subdiagnosticată, asociația a dezvoltat programe prin care cât mai multe persoane să fie diagnosticate, să recunoască simptomele bolii și să știe ce au de făcut la apariția acestora. În paralel, derulează programe de ajutor pentru cazurile sociale din comunitate, programe de acceptare în grădinițe a copiilor cu dietă fără gluten sau conferințe medicale unde doctori de specialitate prezintă protocoale despre boala celiacă și răspund întrebărilor pacienților.

Cu sprijinul Kaufland România, asociația a demarat în 2019 Caravana România fără Gluten. Proiectul a oferit testări gratuite rapide de depistare a bolii celiace în 10 orașe din țară în perioada mai – august 2019: București, Craiova, Iași, Galați, Constanța, Brașov, Cluj-Napoca, Oradea, Timișoara și Sibiu. Caravana a fost o premieră la nivel național și a avut trei componente: diagnosticarea celor care ar putea suferi de boală celiacă, sprijinirea și informarea celor care deja se confruntă cu această afecțiune și livrarea unui curs autorizat de educație medicală continuă pentru profesioniștii medicali.

Caravana s-a adresat totodată și celor diagnosticați deja cu boala celiacă.

870 de persoane au fost testate pentru boală celiacă, iar cele nouă persoane care au fost depistate pozitiv au fost redirecționate către medici specialiști pentru investigații suplimentare. Statisticile la nivel european estimează că 1% din populație suferă de boala celiacă. Rezultatele caravanei România fără Gluten confirmă pentru prima dată această statistică și la nivelul României. Peste **1.500 de pacienți** cu afecțiuni induse de gluten au participat la sesiunile de informare, iar evenimentele au cumulat peste 60 de ore de discuții, prezentări și testări. Caravana a oferit în paralel și primul program de pregătire a medicilor pentru boala celiacă, prin care **370 de medici** au participat la sesiunile de formare profesională, pentru perfecționare în diagnosticarea corectă a afecțiunilor induse de intoleranța la gluten.

În anul 2019, Asociația Română pentru Intoleranță la Gluten a crescut exponențial prin startul a două programe importante din strategia noastră pe termen lung: Programul de audit și certificare a produselor fără gluten Crossed Grain și Caravana România fără Gluten. Caravana a fost primul proiect de amploare al ARIG sponsorizat de Kaufland România și ne-a dat măsura implicării și a dorinței companiei de a fi aproape de comunitățile în care activează. Am găsit în Kaufland România un partener de cursă lungă, care dorește să fie implicat în schimbare și în îmbunătățirea vieții clienților săi.

IULIANA ROIBU BONOIU
Președinte ARIG

ASOCIAȚIA SAMAS

O partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația SAMAS a dezvoltat singura rețea națională de educatori perinatali (din rândul asistenților medicali și moașelor), specializați în educația prenatală și postnatală, în nutriția mamei și copilului. Obiectivele Asociației pe termen lung sunt: creșterea ratei de alăptare exclusivă, informarea corectă a mamelor despre procesul nașterii, îmbunătățirea stării de sănătate a mamei, dar și a bebelușului, printr-o nutriție echilibrată atât în timpul sarcinii, cât și postnatal.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

1,6 mil. lei

din care:

10%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

- Cutia bebelușului

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?
Impactul asupra ONG-ului

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?
Impactul asupra mediului

Nu este cazul

CUTIA BEBELUȘULUI

Cutia Bebelușului SAMAS este un proiect inspirat de modelul finlandez unde a schimbat viața a generații întregi în Finlanda, în cei peste 81 de ani de când programul se desfășoară în această țară, scăzând mortalitatea infantilă, de la 6,5 ‰ la 1,7‰.

Asociația SAMAS vrea să dea fiecărui copil român șansa la o viață sănătoasă și sigură în propriul său pătuț, precum și la o nutriție bazată pe laptele matern.

Rata mortalității infantile în România este 7,3‰ (un bebeluș mai mic de un an moare la fiecare 6 ore!), 41,7% dintre copii se nasc și trăiesc în sărăcie, 1 din 10 mame este minoră. Conform raportului UNICEF din 2016, 80% dintre decesele nou-născuților ar putea fi prevenite prin educație. Mii de nou-născuți din România pleacă de la maternitate pentru a ajunge în paturi insalubre, pe care de multe ori le împart cu părinții și chiar cu frați mai mari.

Asociația SAMAS are ca obiectiv reducerea mortalității infantile și creșterea sănătoasă a copiilor, CUTIA Bebelușului reprezentând un ajutor material acordat familiilor din medii defavorizate.

Cu sprijinul Kaufland România, asociația a implementat proiectul Cutia bebelușului și Școala mamei SAMAS în Botoșani, la Maternitatea Județeană.

Cutia este oferită fiecărui nou-născut provenit din familii defavorizate (situație economică dificilă, mame minore, mame supuse unor abuzuri în familiile lor sau provenite din cămine sau adăposturi sociale). Cutia se acordă la cerere gravidelor aflate cel mai târziu în trimestrul 2 de sarcină.

Mamele sunt obligate să meargă la controalele medicale periodice prevăzute în planul național de sănătate și să urmeze cursurile gratuite organizate în cadrul Școlii Mamei SAMAS, în Maternitate.

Noțiunile de îngrijire nou-născut și de alăptare sunt esențiale pentru orice părinte și reduc cu peste 80% riscurile asociate mortalității în primul an de viață a copilului. Cutia bebelușului este patul nou-născutului și îi asigură acestuia igiena și siguranța corespunzătoare. Cutia bebelușului le asigură mamelor tot ceea ce au nevoie pentru a-și îngriji copilul, determinându-le totodată pe acestea să meargă la doctor și la cursurile pentru îngrijire și alăptare.

100 de copii au beneficiat de Cutia bebelușului și, odată cu ea, de condiții de igienă și siguranță pentru creștere și dezvoltare. **100 de mame** au fost sprijinite și informate despre sănătatea și igiena intimă, îngrijirea mamei și a bebelușului, despre alăptare și prim ajutor. Transferul de informații și abilități s-a făcut către mame prin cursuri de grup ce au fost ţinute în săli special destinate cursurilor în cadrul Școlii Mamei SAMAS. Astfel, nou-născuții provenind din familii sărace care au beneficiat de educația și sprijinul oferite prin proiect s-au bucurat de o îngrijire corectă din partea mamelor lor, ceea ce le-a influențat pozitiv sănătatea pe toată durata vieții ulterioare.

Cutia Bebelușului nu e doar o cutie. Este siguranță, este sănătate, este speranță. Ea merge la bebelușii pe care acasă nu îi așteaptă nimic în afară de dragostea mamelor care i-au născut. Bebelușii vor dormi protejați în pătuțul așternut de noi în cutie, și vor fi mai bine îmbrăcați și îngrijiți cu lucrușoarele pe care le punem în ea. Dar ei sunt prea mici ca să vină la noi. De aceea, cutia trebuie să călătorească spre ei. Iar pentru asta avem nevoie de ajutorul companiilor și al oamenilor de bine. Iar atunci când îl primim, împreună putem schimba în bine cursul vieții acestor bebeluși încă din momentul în care ei vin pe lume.

ANA MĂIȚĂ
Consilier pentru Drepturile Mamelor

ASOCIAȚIA WELLO

O partener comunitar nou

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

471.000 lei

din care:

39%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Wello Camp

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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 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
Servicii noi sau îmbunătățite
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

WELLO CAMP

Wello, platforma de sănătate pentru familiile cu copii supraponderali, bazată pe un program de inteligență artificială (AI), a organizat prima tabără gratuită din România pentru copiii cu probleme de greutate, ajutându-i să slăbească într-un mod sănătos.

Wello Camp s-a desfășurat în localitatea Vârtop, județul Bihor, în perioada 18 august – 1 septembrie 2019 și a fost organizată alături de Kaufland, partener unic al taberei, și cu implicarea medicului specialist în diabet și nutriție Simona Tivadar.

Prin această tabără, Wello și-a propus să familiarizeze copiii cu un comportament de viață sănătoasă, prin noțiuni de nutriție, mișcare și consiliere pentru stabilirea unui echilibru emoțional, pe care să le mențină odată reveniți acasă.

În prezent, 1 din 3 copii cu vârste între 6 și 18 ani din Europa sunt supraponderali sau obezi, iar România are a doua cea mai mare rată de obezitate în rândul copiilor. Până în 2025, peste 70 de milioane de copii din Europa vor avea probleme de greutate, potrivit estimărilor World Health Organisation.

Wello Camp s-a adresat copiilor cu probleme de greutate ce fac parte din familii defavorizate din punct de vedere financiar. În prima ediție a taberei au participat **60 de copii** cu vârste cuprinse între 7-15 ani, împreună cu părinții lor.

Activitățile s-au axat pe trei arii principale: nutriție (lecții de alimentație sănătoasă, jocuri, ateliere de gătit sănătos), mișcare (activități de yoga, creare artistică de obiecte, echitație, biciclete, escaladă, înot), echilibru emoțional (strategii de integrare socială, cunoașterea de sine, dezvoltare personală, consiliere psihologică).

Copiii din Wello Camp au demonstrat că nimic nu e imposibil și au reușit să slăbească cumulat 169 kg în doar 2 săptămâni! Au demonstrat ca poți fi un copil simplu, să te distrezi, să mănânci echilibrat și să trăiești sănătos.

Atât părinții, cât și copiii pot accesa ulterior platforma Wello pentru a-și monitoriza progresul și a menține un stil de viață sănătos pentru întreaga familie.

Problemele de greutate ale copiilor au la bază factori multipli care derivă din cauze genetice, metabolice, lipsa efortului fizic și alimentația necorespunzătoare, dar și din comunitatea în care aceștia cresc. La Wello Camp powered by Kaufland am propus să îi ajutăm pe copii identificând și rezolvând cât mai multe dintre cauzele problemelor de greutate cu care se confruntă. Și pentru că, de regulă, copiii nu decid singuri în privința alimentației și a activității fizice și nici nu pot fi responsabilizați fără ajutorul comunității, tabăra, ca și platforma Wello, i-a implicat în mod direct pe părinți, care au participat și ei la anumite activități, astfel încât să reușească să mențină stilul de viață sănătos și acasă.

SVEATOSLAV VIZITIU
Cofondator Wello

ORGANIZAȚIA SALVAȚI COPIII

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea Salvaţi Copiii este o lume în care fiecărui copil îi este respectat dreptul la viaţă, protecţie, dezvoltare şi participare.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

32,5 mil. lei

din care:

6%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 2*

- Alegeri sănătoase
- Să fim prieteni - Fără Bullying

**Proiectele dezvoltate de Organizația Salvați Copiii, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Social și Sport & Sănătate*

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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 A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

ALEGERI SĂNĂTOASE

Proiectul implementat de Organizația Salvați Copiii România a continuat în perioada ianuarie – decembrie 2019 în 94 de localități din 15 zone: București, Iași, Mangalia, Craiova, Târgu Mureș, Timișoara, Suceava, Brașov, Petrila, Reșița, Pitești, Piatra Neamț, Negrești, Târgoviște, Constanța.

Principalele activități au constat în derularea de sesiuni de informare pentru copii și tineri, structurate pe 4 teme principale: educație sexuală, nutriție și exercițiu fizic, prevenirea comportamentului de consum (alcool, fumat, droguri), prevenirea bullying-ului și promovarea relațiilor pozitive (sănătatea emoțională a copiilor).

Activitățile au fost implementate în 312 unități de învățământ și au constat în susținerea unor sesiuni de informare, implementate de voluntari, cadre didactice și cadre medicale școlare, dar și de reprezentanți ai partenerilor locali. Sesiunile au avut ca metode de lucru activități non-formale, de la egal la egal.

În vederea derulării proiectului au fost semnate parteneriate pe plan local cu unitățile de învățământ, dar și cu principalele autorităţi publice locale:

Inspectorate Județene Școlare, Unități de Învățământ, Inspectorate de Poliție, Poliția Locală, Direcția de Sănătate Publică, Centrul Județean de Resurse și de Asistență Educațională, Cabinete de Medicină a Familiei etc.

Pentru a asigura dreptul copiilor la opinie și participare, a fost organizată cea de 19-a ediție a Forumului Național al Copiilor, tema discutată fiind prevenirea și combaterea bullying-ului în școli. A fost organizată Tabăra Sănătății, **100 de copii** participând la ateliere tematice pe tema educației pentru sănătate.

Pentru a asigura accesul copiilor și tinerilor la informații corecte pe tema educației sexuale, Salvați Copiii a încheiat un protocol de colaborare prin care oferă consiliere online în cadrul platformei Sexul vs Barza. **880 de adolescenți** și tineri au solicitat informații și au primit răspunsuri care i-au ajutat să soluționeze problemele cu care se confruntă.

Beneficiarii direcți ai proiectului au fost **27.500 de elevi** cu vârste cuprinse între 4 și 18 ani, din toate ciclurile de școlarizare - preșcolar, primar, gimnaziu, liceu.

SĂ FIM PRIETENI - FĂRĂ BULLYING

În grădinițele din România, nu există un program național antibullying, deși specialiștii în dezvoltarea psiho-emoțională a copilului avertizează asupra faptului că agresivitatea de tip bullying, în lipsa unei intervenții sistematice și corect fundamentate, poate apărea și se consolidează în copilăria mică.

Organizația Salvați Copiii România și-a propus pilotarea în București a unui proiect validat ştiinţific pentru eliminarea comportamentelor de bullying între copii de nivel preşcolar.

Proiectul, desfășurat în perioada noiembrie 2019 – februarie 2020, a presupus următoarele activități:

- traducerea și adaptarea la nivel naţional a proiectului pilot validat ştiinţific „Free of Bullying", de eliminare a bullying-ului între copii de nivel preşcolar
- organizarea unui curs de formare a specialiștilor din cadrul proiectului pilot, ce a urmărit dezvoltarea unui climat social pozitiv în grădinițe prin promovarea unui set specific de valori - respect, toleranță, grijă și curaj
- implementarea de către cadrele didactice formate a programului de eliminare a fenomenului de bullying în grădinițe

În cadrul proiectului pilot au fost implicate cinci grădinițe din București, iar **330 de copii**, **200 de părinți** și **50 cadre didactice** au beneficiat de activitățile implementate.

Proiectul a fost implementat în parteneriat cu Ministerul Educației Naționale și Centrul Municipiului București de Resurse și Asistență Educațională și are ca obiective:

- crearea de relații pozitive între copii și între copii-adulți;
- dezvoltarea abilităților copiilor de a se respecta reciproc, de avea grijă unii de ceilalți, de a fi toleranți și de a avea curajul să-și apere prietenii care nu se pot apăra singuri;
- integrarea celor 4 valori ca parte permanentă și firească a vieții de zi cu zi a copiilor;
- conștientizarea educatorilor și părinților în privința impactului pe care îl au adulții asupra relațiilor dintre copii și întărirea colaborării dintre educatori, părinți și copii;
- îmbunătățirea documentelor curriculare existente la nivelul grădinițelor, pentru a corespunde nevoilor reale ale copiilor de dezvoltare socio-emoțională.

Rezultate proiectului:

- **330 de copii** și-au dezvoltat abilitățile socio-emoționale, autonomia și independența;
- **250 de părinți** și-au îmbunătățit capacitatea de implicare în vederea creării unui mediu social pozitiv și abilitățile parentale în vederea reducerii riscului de abuz și neglijare în mediul familial;
- specialiștii din 5 grădinițe și-au îmbunătățit competențele privind gestionarea situațiilor conflictuale dintre copii;
- climatul social de dezvoltare pentru copii în cele 5 grădinițe vizate a fost îmbunătățit.

Propunerile Organizației Salvați Copiii România privind prevenirea şi reducerea fenomenului de bullying în școli, realizate în urma experienței acumulate în program, au fost incluse în Normele metodologice de aplicare a prevederilor Legii nr. 221/2019 pentru modificarea și completarea Legii educației naționale nr. 1/2011. Propunerile se referă la crearea și funcționarea unui grup antibullying în unitățile de învățământ preuniversitar; normele metodologice sunt în curs de publicare.

FUNDAȚIA HOSPICE „CASA SPERANȚEI"

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea HOSPICE 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.

Misiunea HOSPICE este de a îngriji cu profesionalism și dăruire copiii și adulții care trăiesc cu o boală incurabilă, oferind servicii specializate pentru ei și pentru familiile lor. De asemenea, misiunea HOSPICE vizează și dezvoltarea îngrijirii paliative la nivel național și internațional, prin informare, educație, consultanță și îmbunătățirea legislației.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

23,9 mil. lei

din care:

2%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 2*

- Bucharest Half Marathon 2019
- Bucharest Marathon 2019

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

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

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 produs o îmbunătățire
   A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

BUCHAREST HALF MARATHON 2019 & BUCHAREST MARATHON 2019

#TeamHOSPICE, cea mai numeroasă și optimistă comunitate sportivă care susține o cauză socială, a participat în weekendul 11 – 12 mai la Bucharest Half Marathon 2019, în numele pacienților care înfruntă un diagnostic incurabil aflați în grija HOSPICE Casa Speranței.

Cu ajutorul sponsorilor, partenerilor, donatorilor și al alergătorilor, HOSPICE Casa Speranței a strâns fonduri de peste 300.000 de lei în cadrul evenimentului sportiv. Cu această sumă, HOSPICE poate asigura gratuit pentru pacienții adulți și copii care suferă de boli incurabile **320 de zile de internare în spitalele organizației, 390 de vizite la domiciliul pacienților și 1.000 de participări în centrele de zi ale fundației**.

Fie că vorbim de cursa populară, de cea individuală, de ștafetă, de cursa de 21 de km sau de cursa copiilor, în total, **800 de alergători** #TeamHOSPICE au făcut pași mari pentru speranță, pentru copiii și adulții aflați în grija HOSPICE. Lor li se adaugă sutele de donatori care i-au susținut pe conturile de Galantom, pacienții care au participat la cursa populară, angajații HOSPICE, zecile de voluntari, sponsorii, partenerii și prietenii fundației.

Doi copii în scaun cu rotile au fost prezenți și ei la start, pentru a demonstra că nicio linie de sosire nu e imposibil de trecut, atunci când ai prieteni aproape. Anuța și Cipri, pacienți HOSPICE, au făcut echipă cu Tudor Colțan și Ciprian Rogojan la cursa persoanelor cu dizabilități.

De asemenea, din #TeamHOSPICE au făcut parte #Eroinele: 40 de paciente HOSPICE – femei curajoase, care înfruntă sau au înfruntat cancerul, au alergat la cursa de 3 km, antrenate de Ciprian Marica și motivate de Dorian Popa.

În weekendul 12 – 13 octombrie 2019, #TeamHOSPICE a alergat la Bucharest Marathon 2019. De această dată, HOSPICE Casa Speranței a strâns fonduri de peste 400.000 de lei în cadrul evenimentului sportiv, sumă cu care HOSPICE poate asigura gratuit **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**.

Zeci de voluntari au fost gazdele alergătorilor, atât la cortul HOSPICE, cât și la punctul de hidratare, unde au pregătit experiențe inedite destinate alergătorilor Team HOSPICE. Convinși de faptul că oricine are dreptul să se bucure de fiecare clipă și fiecare picătură de tratament paliativ poate schimba puțin din destinul cuiva încercat de o boală incurabilă, mai multe personalități din viața publică au participat la maraton în tricoul verde speranță. De asemenea, comunitățile Legal Runners, Business Runners și MedRunners au fost alături de #TeamHOSPICE, cu peste 200 de persoane care au alergat sau au făcut fundraising pentru copiii și adulții îngrijiți de HOSPICE.

Alți 800 de alergători, precum și șapte copii în scaun cu rotile și 40 de paciente HOSPICE au demonstrat că împreună pot trece peste obstacolele vieții.

ASOCIAȚIA SIMTE ROMÂNEȘTE

partener comunitar de tradiție

NUMĂR PROIECTE: 2

- Caravana Cancel Cancer
- Cancel Cancer Ștafeta Roz

CARAVANA CANCEL CANCER & CANCEL CANCER ȘTAFETA ROZ

În lume, la fiecare minut, o femeie moare din cauza cancerului de sân. În România, 25 de femei află zilnic că suferă de această formă de cancer. România este țara cu cea mai mare mortalitate cauzată de cancerul la sân, din cauză că femeile amână controalele periodice și ajung la medic în stadii deja târzii ale bolii.

Campania #CancelCancer a fost inițiată de AVON cu sprijinul Kaufland în 2017 și este un demers social cu scopul de a îmbunătăți statisticile, de a educa femeile din România și de a transforma prevenția într-un subiect uzual și firesc. Misiunea proiectului este de a sensibiliza cu privire la importanța depistării precoce a cancerului de sân.

În 2019, campania a avut două componente. Prima a fost Caravana Cancel Cancer - un cabinet medical mobil dotat cu ecograf de ultimă-oră care a ajuns în parcările magazinelor Kaufland din 20 de orașe ale țării - Hunedoara, Reghin, Turda, Miercurea Ciuc, Făgăraș, Sfântu-Gheorghe, Giurgiu, Călărași, Medgidia, Brăila, Râmnicu Sărat, Focșani, Onești, Bacău, Roman, Fălticeni, Târgu Jiu, Râmnicu Vâlcea, Curtea de Argeș, Târgoviște, București. În cadrul caravanei, au fost efectuate **3902 de ecografii** de sân, iar alte **1010 femei** au primit vouchere pentru mamografii.

Chestionarele făcute în timpul caravanei au arătat că peste 65% dintre femeile care au participat la campanie, cu vârsta cuprinsă între 25 și 70 de ani, nu mai făcuseră niciodată o ecografie de sân.

Cea de-a doua componentă a campaniei a reprezentat-o #Ștafeta Roz Cancel Cancer. Dacă în prima etapă au fost vizate orașe mai mici, de această dată cabinetul medical mobil a ajuns în parcarea magazinului Kaufland Barbu Văcărescu din București, unde timp de 3 zile consecutive au fost efectuate ecografii de sân non-stop. Deoarece cererea a fost atât de mare, proiectul a continuat încă două weekenduri. În total, au fost efectuate **634 de ecografii** de sân.

ASOCIAȚIA RAZĂ DE SPERANȚĂ

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației este promovarea și apărarea drepturilor și intereselor persoanelor cu tulburare de spectru autist și ale familiilor acestora, prin identificarea precoce, intervenția, recuperarea şi ameliorarea calităţii vieţii şi funcţionării sociale a persoanelor diagnosticate cu tulburări din spectrul autist.

NUMĂR PROIECTE: 1

- Reconnect prin meloterapie și arte combinate

De ce terapie prin muzică?

Meloterapia presupune folosirea planificată a muzicii având ca scop atingerea unor obiective terapeutice cu persoanele care au diverse nevoi speciale. Ea ajută la integrarea socială a acestor persoane a căror experiențe de relaționare sau sociale sunt limitate.

Meloterapia este un mijloc eficient de investigare deoarece oferă informații clare privind abilitățile receptive și expresive ale copilului sau ale adultului, capacitatea lui de comunicare non-verbală, capacitatea acestuia de angajare în relații sociale, posibilele dificultăți comportamentale, preocupările excesive pentru ritualuri, diminuarea/inexistența creativității. Evaluarea prin intermediul muzicii este valoroasă deoarece furnizează informații referitoare la adevăratul potențial de acțiune al copilului.

Meloterapia este utilizată la copii cu sau fără dizabilități, la copii cu deficiențe fizice sau cu probleme de învățare, la copii cu deficit senzorial, la copii cu tulburări din spectrul autist (TSA), la copii cu tulburări emoționale sau de comunicare care nu răspund la metode verbale.

În educația specială se folosește atât meloterapia activă, cât și variante ale metodei receptive, ambele fiind foarte eficiente, iar principalele scopuri urmărite sunt cele educaționale, de reabilitare şi de dezvoltare.

De ce terapie prin mișcare?

Terapia prin dans și mișcare este o combinație între dans și psihoterapie și pleacă de la ideea că mișcarea poate influența starea psihică, fiind, în acest context, o formă de exprimare și comunicare menită să ajute individul să se dezvolte, să se vindece și să capete o stare generală de bine. Efectele se produc la nivel fizic, emoțional și mental.

ASOCIAȚIA CLUB SPORTIV H.M. JUNIOR

O partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea și obiectivele asociației sunt acelea de a promova sportul de performanță, urmărind valorificarea aptitudinilor individuale într-un sistem organizat de selecție și pregătire, precum și practicarea sportului pentru sănătate, educație, recreere și dezvoltare socială în cadrul comunității.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

35.000 lei

din care:

42%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

- Susținerea activității clubului

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Îmbunătățirea competențelor personale
2. 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
Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

SUSȚINEREA ACTIVITĂȚII CLUBULUI

Clubul sportiv, înființat de antrenorul Mircea Hagianu, are o vechime de peste 12 ani. În prezent, **140 de copii și tineri** sunt înscriși în cadrul clubului.

În 2019, cu ajutorul Kaufland România, clubul sportiv a reușit să își continue activitatea de pregătire și formare a echipei, precum și participarea la competiții pe plan local și național.

Dezvoltarea activității sportiv educative pe plan local și național. 2019-2020

ASOCIAȚIA UNTOLD

NUMĂR PROIECTE: 1*

• Blood Network

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

BLOOD NETWORK

Cea mai longevivă campanie de donare de sânge din România, Blood Network, a continuat și în 2019.

Organizatorii UNTOLD și NEVERSEA au lansat cea de-a cincea ediție a campaniei de donare de sânge, care a mobilizat mii de oameni din România. În 2019, campania s-a desfășurat în perioada 13 mai – 29 iunie în toate centrele de transfuzii din țară. Totodată caravana mobilă a fost prezentă în nouă orașe din țară - Cluj-Napoca, București, Iași, Timișoara, Oradea, Târgu Mureș, Sibiu, Brașov și Constanța.

Cei care au donat sânge la caravana mobilă au primit un bilet gratuit de o zi la UNTOLD sau la NEVERSEA, iar 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, partener oficial al UNTOLD și NEVERSEA 2019, dar și în parteneriat cu platforma Și Eu Donez și cu ajutorul Institutului Național De Transfuzii Sanguine.

Peste **5.500 de persoane** au donat sânge și au beneficiat în același timp de reducere la achiziția unui bilet sau abonament la festival.

ASOCIAȚIA CENTRUL TERAPEUTIC MAREA NEAGRĂ

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația are în vedere asigurarea de programe terapeutice complexe copiilor diagnosticați cu tulburări neuropsihice, precum și dezvoltarea unui sistem terapeutic care să permită familiilor aflate în dificultate să poată beneficia de terapie.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

1,2 mil. lei

din care:

3%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Autism 24h

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului 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
Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

AUTISM 24H

Autism 24h este un ultramaraton de 24 de ore de alergare pe plajă, ce are ca scop promovarea drepturilor persoanelor cu nevoi speciale din România și integrarea și acceptarea acestora în viața comunității.

Evenimentul sportiv, desfășurat în perioada 4 – 5 mai 2019, în stațiunea Mamaia, a strâns laolaltă **2.700 de participanți**. Ideea concursului este simplă – fiecare membru dintre cei 20 ai unei echipe trebuie să realizeze cât mai multe ture pe circuitul de 3km, aducând câte un jeton pe care-l introduce în urna echipei sale.

Astfel, echipa care reușește la sfârșitul celor 24h să adune cât mai multe jetoane este declarată câștigătoare.

La start au participat 60 de echipe, precum și participanți ai celorlalte curse: cursa scaunelor rulante, cursa eroilor și cursa copiilor.

Fondurile strânse în urma evenimentului sunt folosite pentru a susține proiecte destinate copiilor diagnosticați cu autism.

Parteneriatul pe care Kaufland România îl oferă de 3 ani de zile evenimentului sportiv caritabil Autism24 h a însemnat un sprijin important pentru proiectul nostru dedicat copiilor cu nevoi speciale. Creșterea permanentă a evenimentului în cele 3 ediții, prin triplarea numărului de participanți, s-a datorat în bună parte Kaufland.

Mulțumim, Kaufland România, pentru momentele incredibil de frumoase pe care le-am dăruit împreună concurenților în cele 24 de ore de ultramaraton pe plaja din stațiunea Mamaia.

ADRIAN GEMĂNARU
Director Centrul Marea Neagră

ASOCIAȚIA SPORTIVĂ RUGBY CLUB ANTONIO JR.

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației este de a transforma sportul într-un model de bune practici în materie de educație non-formală.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

47.000 lei

din care:

50%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

- Brochallenge: „Antrenament de RUGBY"

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Îmbunătățirea competențelor personale
2. 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
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?
Impactul asupra mediului

Nu este cazul

BROCHALLENGE: „ANTRENAMENT DE RUGBY"

Rugby Club Antonio Jr. nu este doar un club de rugby, este o mare familie. Cu toate că este un club privat, fondatorii săi au ales să se implice în comunitate și să le ofere unor copii mai puțin favorizați de soartă șansa să practice un sport nobil, bărbătesc și, mai mult, să le ofere o educație și chiar sprijin moral și emoțional. Aici, copiii nu sunt tratați în funcție de situația materială sau familială, toți sunt egali, se ajută atât în teren, cât și în afara lui.

Pentru a promova rugby-ul în rândul copiilor, asociația l-a provocat pe actorul Matei Dima, cunoscut în mediul online ca Bromania, să participe la o zi de antrenament a clubului. Astfel, pe 5 aprilie 2019, actorul s-a alăturat celor **35 de copii** ai clubului, pe stadionul din incinta Complexului Studențesc Tei din București și s-a antrenat cot la cot cu aceștia.

Donația facută de actor, dublată de Kaufland România a însemnat susținerea activității clubului, achiziția de echipamente pentru jucători, organizarea de cantonamente de pregătire, precum și participarea la turnee naționale de rugby.

3 SĂNĂTATE ȘI BUNĂSTARE

Parteneriatul dintre Kaufland România și Asociația Sportivă Rugby Club Antonio Jr. a fost unul de succes. Cu toţii cunoaştem cazurile unor copii talentaţi, cu o pasiune şi aptitudini evidente pentru anumite activităţi sportive, dar care nu pot performa din cauza lipsei resurselor financiare. Cu ajutorul Kaufland România, sponsorul nostru principal și partener de încredere, am reușit să oferim o șansă acestor copii. Mulțumim, Kaufland România!

ANTONIO DUMITRU
Antrenor Rugby Cluj Antonio Jr.

ASOCIAȚIA CIA COACHING ÎN ALERGARE

partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației este organizarea de evenimente sportive cu impact social.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

291.000 lei

din care:

4%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 2

- Transmaraton
- TranSnow

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în produse

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
2. S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?
Impactul asupra ONG-ului

Atingerea unui număr mai mare de persoane

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?
Impactul asupra mediului

Educație pentru mediu

TRANSMARATON & TRANSNOW

Transmaraton și TranSnow, cele două curse de alergare montană ce se desfășoară pe unul dintre cele mai frumoase drumuri din țară și nu numai, Transfăgărășan, au adus la start peste 300 de sportivi, care și-au testat limitele pe distanțe cuprinse între 10 și 50 de kilometri.

Cele două evenimente sunt organizate în sprijinul proiectelor desfășurate de 3 asociații: Fundația Regală Margareta a României, Asociația Pădurea Copiilor și Hospice „Casa Speranței". Astfel, 100% din donațiile atrase – 120.000 lei/an - sunt direcționate către cele trei cauze – susținerea tinerilor talentați ce provin din familii fără resurse materiale, educația ecologică pentru școlari și îngrijirea paliativă.

Prin susținerea Kaufland România, care a asigurat necesarul la punctele de alimentare/hidratare în cadrul celor două curse, peste **140 de persoane** au putut beneficia de sprijin:

- Asociația Pădurea Copiilor - 60 de elevi clasele 5-6
- Fundația Regală Margareta a României - 15 bursieri
- Hospice „Casa Speranței" - 65 de pacienți

Misiunea asociației noastre este de a organiza evenimente sportive cu impact social. Unul dintre acestea, Transmaraton, a ajuns la ediția numărul 9 și a reușit să genereze donații de peste 1.2 milioane lei, fonduri care s-au transformat în proiecte educaționale, medicale, artistice și de mediu, îmbunătățind semnificativ viața comunităților beneficiare. Kaufland România este un partener tradițional al Transmaraton, fără de care nu am fi putut să tranformăm un concurs pe Transfăgărașan în „cel mai frumos eveniment de alergare din România.

ANDREI ROȘU
Președinte

ASOCIAȚIA CLUB SPORTIV ATLETIS

O partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația promovează viața sănătoasă a comunității prin activități sportive.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

70.000 lei

din care:

14%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• 1k Run Fast & Fun

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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 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
Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Servicii noi sau îmbunătățite
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului

1K RUN FAST & FUN

Dezvoltarea fizică deficitară a copiilor este o problemă tot mai des întâlnită, pe care asociația dorește să o amelioreze prin atragerea copiilor spre atletism, un sport de bază. Pentru a veni în sprijinul celor care își doresc o viață sănătoasă, asociația organizează sesiuni de alegare zilnice în diferite zone ale Iașiului, coordonate de voluntari sau antrenori.

1K Run Fast&Fun Iași este o competiție sportivă la care pot participa atât atleți de performanță, cât și copii sau adulți amatori. Evenimentul, organizat în data de 22 septembrie 2019, în Iași, la care au participat peste **300 de persoane**, a inclus mai multe probe:

- probe de alergare de 1km pentru atleți de performanță, dar și pentru cei amatori și copii din școli
- ștafeta familiei pe distanța de 1km, la aceasta participând mama, tata și un copil
- ștafeta mixtă pentru adulți 3 x 1km
- cursa copiilor, pentru 4 categorii de vârstă

În cadrul evenimentului au mai fost organizate și activități demonstrative ale probelor atletice tehnice - săritura în înălțime, aruncarea greutății, alergare peste garduri - susținute de sportivi campioni naționali și balcanici de la cluburi sportive din Iași, demonstrație de hatha yoga.

Mulțumim Kaufland România pentru încrederea acordată proiectului nostru, chiar dacă evenimentul s-a aflat la prima ediție, iar asociația noastră se afla în fața primei provocari de acest gen, fiind primul proiect de o asemenea anvergură.

DANIEL HALAPCIUC
Președinte

ASOCIAȚIA CLUB SPORTIV MPG

O partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației este creșterea calității vieții oamenilor prin promovarea sportului și a nutriției pentru o viață sănătoasă; susținerea persoanelor dezavantajate pentru practicarea mișcării; protejarea mediului înconjurător prin ecologizarea zonelor în care se desfășoară activități sportive.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

1,4 mil. lei

din care:

3,2%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

- Ziua Sportului Paralimpic

**Proiectele dezvoltate de Asociația Club Sportiv MPG, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Mediu și Sport & Sănătate*

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse (ex. alimente, haine, etc.)
Participarea voluntară a angajaților Kaufland
România la desfășurarea proiectului

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
   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

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu

ZIUA SPORTULUI PARALIMPIC

DHL Carpathian Marathon, eveniment de alergare montană de top, a sărbătorit 10 ani în 2019. Organizat la Cheile Grădiștei în data de 22 iunie 2019, acesta a strâns la start peste 2.000 de persoane, care au participat la probele de Maraton (42km/2.000m diferență de nivel), Semimaraton (21km/1.000m diferență de nivel), Ștafetă (în echipe de 3 sau de 6 persoane/290m diferență de nivel pentru fiecare tură de 7km) sau la Crosul Copiilor (pe distanțe de 250m, 500m sau de 1km, în funcție de vârstă).

Cauza socială reprezintă, an de an, o coordonată importantă a evenimentului. Până în prezent, toată suma strânsă din taxele de participare s-a redirecționat către cauza susținută. Pentru al cincilea an consecutiv, evenimentul a susținut Comitetul Național Paralimpic și sportivii de excepție, care își doresc să aducă cinste României și să ne reprezinte cu succes la Jocurile Paralimpice de la Tokyo, din 2020.

Obiectivul principal al proiectului a fost integrarea sportivilor paralimpici în cadrul unui eveniment sportiv de masă și conștientizarea unui număr cât mai mare de persoane privind specificul sportului paralimpic și a cauzei sportivilor paralimpici.

Au fost invitați **30 de sportivi paralimpici**, pentru care s-au organizat competiții de Goalball, Blind Football, Wheelchair tennis, Archery, Tenis de masa, Tandem cycling. În paralel au fost organizate ateliere sportive pentru copii, aceștia fiind premiați cu obiecte legate de Olimpiada Tokyo 2020, inclusiv Mascota Tokyo 2020.

Evenimentul a fost susținut de campioni olimpici de renume, printre care Constantina Diță, Gabriela Szabo și Andreea Răducan.

ASOCIAȚIA SPORT NON STOP

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Asociatia Sport Non Stop are ca viziune crearea unui program național care să promoveze mișcarea, sportul și un stil de viață sănătos, de care să se bucure toți părinții și copiii acestora.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

425.000 lei

din care:

62%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Fugi în Curtea Școlii

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

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

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?
Impactul asupra ONG-ului

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?
Impactul asupra mediului

Educație pentru mediu

FUGI ÎN CURTEA ȘCOLII

În ultimii ani, copiii petrec din ce în ce mai puțin timp în aer liber și se orientează spre alte forme de divertisment, iar părinții nu mai dispun de timpul necesar să-i însoţească pe cei mici și să-i îndrume spre lumea mișcării și a sportului. Principalele locații unde copiii obișnuiau să facă mișcare erau curțile școlilor, unde practicau o serie întreagă de sporturi și parcurile, unde părinții îi însoțeau pe cei mici în activități recreative în aer liber.

În același timp însă, copiii din zonele rurale nu au acces la parcuri amenajate sau baze sportive adecvate, în pofida potențialului lor sportiv nativ.

Din cauza lipsei de investiții și a serviciilor de pază, majoritatea curților școlare sunt închise în afara orelor de studiu. Astfel, copiii nu mai au acces la terenurile de sport, un spațiu familiar, sigur și aproape de casă.

Prin proiectul „Fugi în Curtea Școlii", asociația își dorește să readucă acest subiect în atenția municipalităților și să susțină școlile în păstrarea porților deschise, prin susținere financiară și logistică, promovând în același timp în rândul părinților efectele benefice ale petrecerii timpului în aer liber.

Astfel, în cadrul proiectului, au fost organizate sesiuni de weekend în care copiii au participat la jocuri interactive cu o abordare diferită a practicării sportului ce promovează participarea și nu competiția dintre ei. Fiecare copil a primit un carnețel ce conține toate jocurile, iar provocarea acestora a fost să le completeze pe toate.

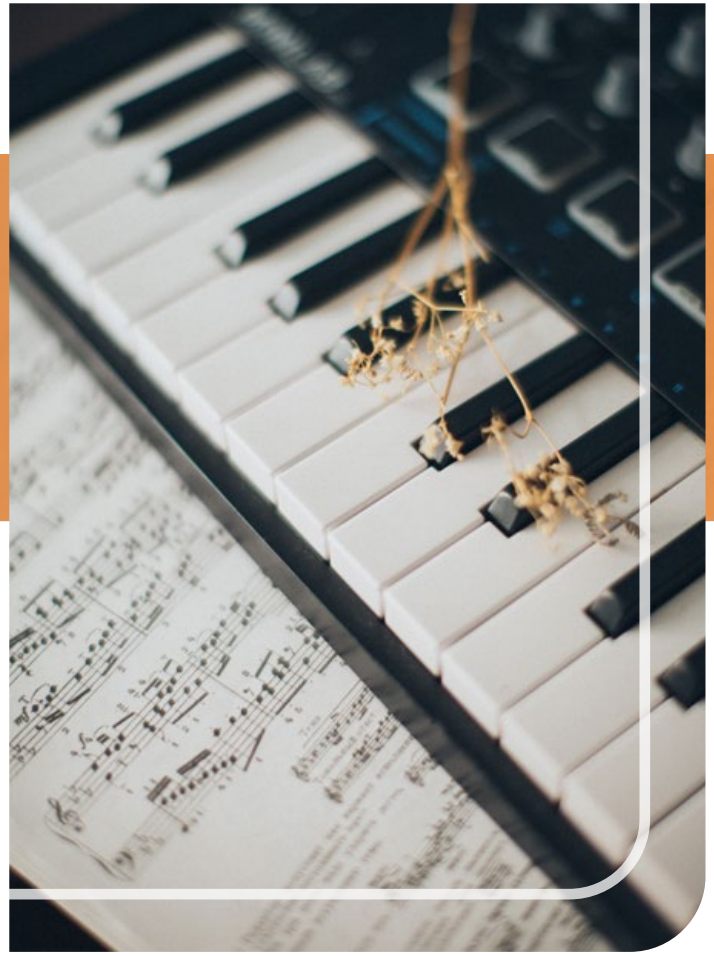
Pe toată suprafața curții școlii au fost amenajate ateliere diferite, pe care copiii le-au putut încerca după bunul plac. Astfel, ei au fost încurajați să încerce jocuri noi alături de prieteni și colegi, precum: poligon cu obstacole, baschet, handbal, aruncări la țintă, mini fotbal, mini tenis. În plus, nu au fost uitate nici jocurile copilăriei precum leapșa, rațele și vânătorii, șotron.

Toți copiii care au participat la evenimente au avut ocazia să își descopere abilitățile fizice native și sporturile recomandate lor, cu ajutorul programului Sport Analytik. Aceștia au trecut prin o serie de probe sportive cărora le sunt asociate o abilitate fizică dominantă, precum flexibilitate, echilibru, forță sau agilitate. La final, fiecare copil a primit un raport ce poate servi ca un punct de plecare în alegerea sportului preferat.

În 2019, cu sprijinul Kaufland România, Fugi în Curtea Școlii s-a desfășurat în 10 școli primare și gimnaziale din Cluj-Napoca, în două sesiuni: 24 mai – 2 iunie și 13 septembrie – 20 octombrie. Peste **2.000 de copii și părinți** au putut descoperi plăcerea practicării sportului.

Ne bucurăm să colaborăm cu un brand atât de activ în societatea din România cum este Kaufland. Am simțit o deschidere din partea echipei Kaufland către activitățile și noile metode propuse de noi pentru a promova mișcarea în rândul copiilor. Colaborarea pe parcursul anului 2019 a fost un adevărat sprijin în derularea proiectelor și sperăm că putem continua pentru a atinge obiectivele pe termen lung pe care ni le-am propus împreună.

MARIUS TUDOR
Coordonator Fugi în Curtea Școlii



CULTURĂ

15 ASOCIAȚII

19 PROIECTE

132.154 BENEFICIARI

Asociația One World Romania 216
Asociația Românii Care Se Ajută (ARCSA) 222
Fundația Regală Margareta a României 224
Fundația Hospice „Casa Speranței” 227
Asociația Cinemobilul 229
Asociația pentru Muzică, Artă și Cultură 232
Asociația Fălticeni Cultural 234
Asociaţia Internaţională a Femeilor din Bucureşti „IWA” 236
Asociația ESCU 238
Asociația Film şi Cultură Urbană 242
Asociația BLANĂ! 244
Fundația Filderman pentru Educație, Cultură, Artă 246
Liga Maiștrilor Militari de Marină 249
Fundația Comunitară Alba 250

ASOCIAȚIA ONE WORLD ROMANIA

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Direcțiile fundamentale ale One World Romania sunt facilitarea accesului și creșterea interesului publicului românesc pentru film documentar, precum și contribuția la informarea și educarea unei comunități de cetățeni implicați cultural și social.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

1,9 mil. lei

din care:

5,3%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 3

- Festivalul Internațional de Film Documentar și Drepturile Omului - One World Romania, ediția 12
- Festivalul One World Romania la Zalău, ediția 2
- Cineclub One World Romania

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
   Îmbunătățirea competențelor personale
2. S-a stabilit o legatură
   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
Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Educație pentru mediu

FESTIVALUL INTERNAȚIONAL DE FILM DOCUMENTAR ȘI DREPTURILE OMULUI ONE WORLD ROMANIA

Ce-a de-a 12-a ediție a Festivalului Internațional de Film Documentar și Drepturile Omului – One World Romania a avut loc la București în perioada 15-24 martie 2019.

Festivalul a strâns în sălile de cinema și în spațiile conexe un public total de **13.300 de persoane**, la care se adaugă publicul din mediul online care a urmărit transmisiunile live ale evenimentelor și discuțiilor principale.

2019 a avut o însemnătate aparte, deoarece a marcat 30 de ani de la Revoluţia care a determinat căderea dictaturii lui Nicolae Ceauşescu, dar şi Căderea Zidului Berlinului şi primele alegeri libere din Cehoslovacia şi Polonia. De aceea, prin această ediţie a festivalului au fost marcați 30 de ani de democrație în România și în Europa de Est.

Pe parcursul celor 10 zile, au fost prezentate un număr record de 95 de documentare creative noi și de arhivă, din 37 de țări, urmate de dezbateri și sesiuni Q&A cu peste 170 de invitați străini și români - regizori de film, producători, protagoniști, artiști, experți și activiști pentru drepturile omului și au fost organizate 151 de proiecții în 17 locații din București.

O serie de 30 de evenimente speciale a completat programul festivalului, printre care dezbateri, ateliere, pitching forum, massterclass-uri, prelegeri, o întâlnire publică între Președintele României și publicul larg, expoziții foto, lecturi de poezie, spectacol de teatru/performance, tururi urbane de documentare în Bucureşti, concerte și petreceri.

Fiind foarte apreciat de tineri şi având un impact important asupra formării lor ca personalităţi active în societate, programul educațional One World România la Școală a continuat și în 2019. Au fost organizate 5 proiecții matineu la care au participat peste **400 de elevi și profesori de liceu**.

Pentru al șaptelea an consecutiv, a fost organizat și Juriul Liceenilor compus din cinci elevi de liceu care

au acordat singurul premiu al festivalului. Motivația acordării unui premiu din partea adolescenților a apărut din dorința de a include vocile tinerei generații în dezbaterea despre drepturile omului. Aceștia au avut de ales din cele zece filme aflate în competiție, în același timp învățând despre lume prin intermediul documentarelor. Premiul a fost câștigat de documentarul „A woman captured"/„O femeie captivă" realizat de regizoarea de origine maghiară Bernadett Tuza-Ritter.

FESTIVALUL ONE WORLD ROMANIA LA ZALĂU, EDIȚIA 2

Festivalul One World Romania s-a extins și în afara orașelor mari, iar în 2019 a fost organizată cea de-a doua ediție a festivalului în Zalău. Acesta a cuprins:

- 11 filme documentare românești și internaționale, actuale, proiectate în premieră în județul Sălaj
- Expoziția „Cicatrice" realizată de Elena Stancu și de fotograful Cosmin Bumbuț
- 6 invitați speciali: monteuza și regizoarea Dana Bunescu, regizoarea Vanina Vignal, Mona Muscă și Peter Eckstein Kovacs, personalități ale vieții sociale și politice, filozoful Gáspár Miklós Tamás și Gabriela Leu, Responsabil comunicare și informare publică în cadrul Înaltului Comisariat ONU pentru Refugiați
- Dezbatere corelată cu tema Festivalului OWR 2019: De la cetățean la om politic. Mișcări civice și partide politice în anii '90
- Dezbatere pe fenomenul migrației și despre refugiați (în parteneriat cu UNHCR)

Pe întreaga durată a festivalului, s-a desfășurat Atelierul de cinema dedicat liceenilor din Zalău, într-o ediție pilot restrânsă la care au participat **6 elevi** selectați în urma prezentării unui portofolio de lucrări. Ei au fost inițiați de trei profesioniști - Sorin Botoșeneanu, conf. univ. dr. la Facultatea de Film din UNATC București, Cristina Hanes, regizoare aflată la începutul carierei, câștigătoarea unui Leopard de Aur la Locarno și Neil Coltofeanu, cu o experiență remarcabilă în producția video și multimedia, activitatea sa fiind recompensată de-a lungul ultimilor 15 ani cu numeroase premii naționale și internaționale de profil. La finalul atelierului, liceenii au prezentat fotografiile și filmele de scurt metraj realizate pe parcursul activității intense ghidate de cei trei lectori.

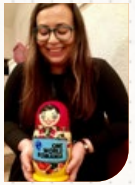
Festivalul a strâns un public total la proiecții și evenimente speciale de peste **500 de persoane**. La atelierul de film documentar au participat **6 liceeni** cu vârste cuprinse între 14-19 ani din Zalău.

CINECLUB - SERIA WITTSTOCK

Devenit deja o tradiție, conceptul de „warm-up" al festivalul se păstrează și pentru ediția din 2020 a acestuia, prin Cineclub – seria Wittstock. Programul desfășurat în perioada 26 ianuarie – 23 februarie 2020 a inclus 6 proiecții-eveniment cu 10 filme documentare germane despre Zidul Berlinului și reunificarea Germaniei, precum și despre fabrica de textile din orășelul german Wittstock, prin urmărirea a trei muncitoare din fabrică timp de 23 de ani și 2 masterclassuri cu regizorii germani Volker Koepp și Sibylle Schönemann.

Proiecțiile Cineclubului și masterclass-urile celor 2 regizori au strâns un public total de peste **700 de persoane**.

Implicarea Kaufland în susținerea societății civile din România este un exemplu de bune practici. Am apreciat mereu deschiderea pe care ați arătat-o față de One World Romania, un festival de nișă, care abordează tematici sensibile legate de drepturile omului și ocolit din această cauză de marile companii. În doar câțiva ani, Kaufland a devenit sponsorul principal al festivalului și ne-a sprijinit fără echivoc în promovarea filmului documentar creativ și a discuțiilor despre drepturi și libertăți civice. Este o investiție semnificativă și curajoasă, care sperăm să inspire cât mai multe companii.



LAURA ORLESCU
Director Executiv

ASOCIAȚIA ROMÂNII CARE SE AJUTĂ (ARCSA)

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

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

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

300.000 lei

din care:

80%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Caravana Kaufland „Coborâm la prima"

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
   Îmbunătățirea calității vieții
2. S-a stabilit o legatură
   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
Servicii noi sau îmbunătățite
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

CARAVANA KAUFLAND „COBORÂM LA PRIMA"

Un metrou se oprește între stații, în dimineața de după incendiul din clubul Colectiv. Fiecare în drumul său, călătorii sunt împreună și încep să interacționeze. La finalul călătoriei, la următoarea stație, fiecare iese din metrou schimbat, în felul său. Acesta este, pe scurt, subiectul filmului „Coborâm la prima", un film inspirațional, primul din România de acest gen și primul lungmetraj al regizorului Tedy Necula. Nu este un film despre Colectiv, este unul despre natura umană, o poveste fascinantă despre cum reacționează oamenii în situații de criză și despre cum se pot descoperi pe sine dacă au curajul să se deschidă.

Caravana a avut loc în 60 de orașe din România în perioada 20 aprilie 2019 - 15 ianuarie 2020 și a adunat peste **18.000 de spectatori**.

Filmul a fost proiectat în licee și penitenciare, iar la finalul fiecarei proiecții regizorul Tedy Necula și actorii din film au dezbătut subiecte de comunicare in societate, dezvoltare personală, validare, încredere în sine, pe baza filmului și a personajelor jucate de ei. Astfel, filmul inspirațional a devenit un material didactic care stă la baza unei altfel de lecții în „a trăi" unii cu alții. Proiectul a stimulat apetitul familiilor și al profesorilor în a se deschide față de ei, de lume, având exemple concrete, atât pe ecran, cât și prin discuțiile cu actorii.

Magnitudinea proiectelor pe care le derulăm nu ar fi posibilă fără implicarea Kaufland România. Caravana Kaufland „Coborâm la prima" prin care zeci de mii de liceeni au beneficiat de mesajul pozitiv al producției cinematografice și s-au bucurat de interacțiunea lor cu actorii din film, ne-a îmbunătățit vizibilitatea în rândul tinerilor și a oferit o experiență reală și motivațională, care cu siguranță i-a inspirat să urmeze binele. Mulțumesc Kaufland, implicarea face diferența!

MARIAN MARIO
Președinte

FUNDAȚIA REGALĂ MARGARETA A ROMÂNIEI

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea Fundației este ca România să își atingă adevăratul potențial și toți cetățenii ei să se respecte reciproc și pe ei înșiși.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

4,3 mil. lei

din care:

5,4%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Tinere Talente

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

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

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Servicii noi sau îmbunătățite
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

TINERE TALENTE

Programul național Tinere Talente dezvoltat de Fundația Regală Margareta a României oferă anual burse de studiu, mentorat și promovare pentru tinerii artiști plastici și muzicieni aflați la început de carieră, care provin din familii cu venituri mici. Bursele Tinere Talente se acordă tinerilor cu vârsta cuprinsă între 14 – 24 ani, elevi și studenți la liceele și universitățile cu profil muzical și artistic din România. După evaluarea socială realizată de echipa Fundației, un juriu de specialitate îi selectează pe cei mai buni dintre candidați în baza talentului și a potențialului artistic.

În 2019 au fost susținuți **30 de bursieri - 15 artiști vizuali și 15 muzicieni** - care studiază în București, Brașov, Cluj-Napoca, Iași, Timișoara. Aceste burse oferă tinerilor posibilitatea de a-și dezvolta talentul, de a intra în contact cu personalități ale vieții artistice și de a fi promovați prin intermediul evenimentelor Fundației Regale Margareta a României și ale partenerilor.

Bursa Tinere Talente, în valoare de până la 2.000 Euro, a fost acordată fiecărui bursier pentru a-și achiziționa materiale necesare studiului, accesorii și instrumente muzicale, ustensile și materiale pentru realizarea lucrărilor de artă, pentru a participa la concursuri sau cursuri de specializare, a performa în cadrul unor manifestări artistice. Prin această bursă, tinerii au achiziționat 6 instrumente muzicale și diverse materiale de lucru, au expus arte vizuale la 26 expoziții de grup, au participat la 28 de concursuri naționale și internaționale, la 29 recitaluri și 3 concerte în calitate de soliști, au urmat 26 de masterclass-uri naționale și internaționale, au câștigat 25 de premii și au obținut 4 burse internaționale.

Mentoratul cu specific intergenerațional este un element de unicitate al programului Tinere Talente, prin care bursierii au întâlnit și au învățat de la personalități consacrate ale vieții artistice și culturale, participând la sesiuni de discuții și ateliere de creație organizate de Fundație.

O altă componentă a programului este tabăra de creație interdisciplinară, organizată anual și care a reunit bursierii programului Tinere Talente din toată țara, în perioada verii, pentru a realiza proiecte artistice individuale și de grup, a face schițe pentru următoarele creații, a socializa într-un cadru inspirațional, realizându-se astfel o fuziune impresionantă între muzicieni și artiștii plastici.

Concertul Regal caritabil a reprezentat modalitatea de a promova publicului larg programul Tinere Talente și susținătorii săi, precum și de strângere de fonduri pentru următoarea generație de bursieri. A reunit un public de 800 persoane la Ateneul Român, o atins o audiență de 3.5 milioane persoane și a oferit bursierilor oportunitatea de a evolua în cadrul evenimentului.

Suntem mândri de încrederea și susținere pe care Kaufland România le acordă de peste 10 ani programului național Tinere Talente, fiind partenerul nostru în construirea viitorului artistic al României. Prin investiția constantă și valoroasă a companiei, am reușit o dezvoltare continuă a programului și am crescut anual numărul artiștilor susținuți la început de drum. Apreciem participarea Kaufland la viața artistică, în toate formele ei de manifestare, precum și interesul și receptivitatea responsabililor CSR față de nevoile proiectului național Tinere Talente.

IOANA PETREA
Director Comunicare și Fundraising

FUNDAȚIA HOSPICE „CASA SPERANȚEI"

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea HOSPICE 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.

Misiunea HOSPICE este de a îngriji cu profesionalism și dăruire copiii și adulții care trăiesc cu o boală incurabilă, oferind servicii specializate pentru ei și pentru familiile lor. De asemenea, misiunea HOSPICE vizează și dezvoltarea îngrijirii paliative la nivel național și internațional, prin informare, educație, consultanță și îmbunătățirea legislației.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

23,9 mil. lei

din care:

2%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

- Edelweiss Dinner

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

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

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 produs o îmbunătățire
   A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

Impactul asupra ONG-ului

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

EDELWEISS DINNER

Ediția din 2019 a Balului Edelweiss, cel mai important eveniment caritabil al anului organizat de HOSPICE Casa Speranţei, a avut loc pe data de 5 iunie și a adus împreună peste 300 de invitați.

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 s-a tradus în sprijin și îngrijire gratuită pentru pacienții HOSPICE. Aproape **300.000 de euro** s-au strâns în cadrul evenimentului caritabil, suma cu ajutorul căreia HOSPICE Casa Speranței a putut relua serviciile gratuite de îngrijire paliativă la domiciliu pentru tot Bucureștiul, servicii pe care fundația a fost nevoită să le suspende din cauza instabilității financiare.

Prin sprijinul acordat de Kaufland România, au fost efectuate peste **176 de vizite** la domiciliul pacienților adulți și copii. În cadrul acestor vizite, echipa multidisciplinară HOSPICE (medici, asistenți medicali, asistenți sociali, psihologi, consilieri spirituali) a putut adresa problemele complexe ale pacienților, prin intervenții specializate și individualizate.

ASOCIAȚIA CINEMOBILUL

partener comunitar de tradiție

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 2019:

427.000 lei

din care:

83,33%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

- Caravana Kaufland - Cinemobilul

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
   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

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

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Spectatorii au participat voluntar la igienizarea locației, în cadrul a 90% din evenimente.

CARAVANA KAUFLAND - CINEMOBILUL

Cinemobilul, cea mai accesibilă caravană de film din România, a ajuns la cea de-a cincea ediție în 2019 și a oferit experiența unui cinematograf în aer liber locuitorilor din regiuni diferite ale țării, care nu au în mod obișnuit posibilitatea vizionării de filme în aer liber.

După o serie de proiecții de film organizate în 4 sate din proximitatea Clujului: Aghireșu, Răchițele, Frata, Dragu, în cadrul TIFF - Festivalul Internațional de Film Transilvania, la care au participat peste 600 de copii, prima oprire a caravanei Cinemobilul a fost la Tulcea, unde în parteneriat cu Pelicam - Festivalul Internațional de Film despre Mediu și Oameni, Cinemobilul a susținut programul educativ al festivalului, la care au participat aproximativ 700 de copii din clasele primare. Programul de filme a inclus animații și documentare educative din Franța și SUA, precum: Vulpoiul cel Mare și Rău sau Ferma Sălbatică.

Tot în cadrul Pelicam, Cinemobilul a proiectat documentare de mediu în aer liber pentru 1.600 de tulceni, în parcuri sau spații emblematice ale orașului, precum și pe malul Lacului Ciuperca, în premieră națională.

Cu sprijinul Kaufland România, caravana a ajuns în 61 de orașe din toate zonele țării. Ecranul mobil a fost amplasat în parcările magazinelor Kaufland din aceste orașe. Au fost alese cu predilecție orașe mici și medii din țară, obiectivul fiind de a oferi acces la experiențe cinematografice inedite, în aer liber, unui public care nu se bucură de acest privilegiu în mod obișnuit. În perioada iunie – octombrie, peste **44.000 de spectatori** s-au bucurat de un film în aer liber.

ASOCIAȚIA PENTRU MUZICĂ, ARTĂ ȘI CULTURĂ

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Încă de la înființare, Asociația pentru Muzică, Artă și Cultură și-a dorit să reunească sub cupola sa 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, încercând în același timp să ajungă și la acel public care nu este cunoscător, format, specializat pe muzică clasică.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

108.000 lei

din care:

25,86%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

- Suflet în culori - Concert caritabil in beneficiul copiilor cu autism

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
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

Nu este cazul

„SUFLET ÎN CULORI”

CONCERT CARITABIL IN BENEFICIUL COPIILOR CU AUTISM

Începând cu primăvara anului 2014, Asociația pentru Muzică, Artă și Cultură organizează, alături de Asociația Help Autism și cu sprijinul Kaufland România, evenimentul Suflet în culori - Concert caritabil în beneficiul copiilor cu autism. Proiectul caritabil de muzică clasică a luat ființă ca o îmbinare a dorinței Asociației pentru Muzică, Artă și Cultură de a oferi sprijin pentru persoanele aflate în dificultate și a susține obiectivul Asociației Help Autism – de a susține recuperarea copiilor diagnosticați cu autism.

2019 a fost al șaptelea an în care Asociația Help Autism a marcat Ziua Internațională a Conștientizării Autismului, 2 aprilie, prin intermediul acestui evenimentul cultural menit să atragă atenția asupra problematicii autismului în România și totodată să strângă fonduri pentru susținerea programelor de terapie pentru cei peste **600 de copii** din cadrul Asociației Help Autism. De această dată, în data de 31 martie 2019, pe scena Sălii Auditorium a Muzeului Național de Artă al României, a avut loc un concert susținut de ansamblul de muzică veche IMAGO MUNDI.

Motto-ul Kaufland România este „Implicarea face diferența”. Este un motto care ne-a inspirat, un motto care se aplică nu numai pentru proiectele sociale de susținere a celor defavorizați, dar în orice domeniu, fie el muzică, arte etc. Considerăm că relația noastră cu Kaufland România este una specială, bazată pe susținere reciprocă și pe implicare, reușind astfel să aducem o schimbare și să facem diferența.

Asociația pentru Muzică, Artă și Cultură mulțumește Kaufland România pentru implicarea activă în susținerea diferitelor domenii, dar și pentru că este alături de noi în organizarea unor evenimente muzicale speciale.

LUMINIȚA ARVUNESCU

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 2019:

240.000 lei

din care:

30%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Festivalul Internațional de Teatru pentru Tineret „Gr. V. Birlic"

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

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 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
Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

FESTIVALUL INTERNAȚIONAL DE TEATRU PENTRU TINERET „GR. V. BIRLIC"

Festivalul Internațional de Teatru „Gr. V. Birlic" este un festival de creaţie şi interpretare care se adresează tinerilor din România şi străinătate, având în componenţa sa cinci mari secţiuni: artă dramatică, muzică folk, artă plastică, creaţie literară şi filme de scurt metraj şi spoturi publicitare.

Cea de-a noua ediție a festivalului s-a desfăşurat în perioada 26 august – 1 septembrie 2019 şi a reunit elevi şi tineri din diferite zone ale ţării şi din Republica Moldova, membri ai unor trupe de teatru, studenţi la teatru, profesori îndrumători, regizori, actori, scenografi, coregrafi, trupe de actori profesionişti, soliști de muzică folk, soliști de operă, pictori şi caricaturişti. În fiecare seară au avut loc spectacole de teatru şi proiecţii de filme, iar în cursul zilei s-au desfăşurat concursurile din festival, ateliere în care tinerii au învăţat actoria împreună cu studenţii facultăţilor de teatru sau workshop-uri coordonate de nume cunoscute ale cinematografiei şi teatrului.

În urma preselecţiilor, au participat în concurs **10 trupe de teatru** formate din 200 de liceeni şi studenţi din ţară şi străinătate, cu vârsta maximă de 25 de ani, iar finala individuală a adunat **120 de elevi și tineri**.

Festivalul a avut două jurii, unul format din specialişti, actori şi regizori, oameni cu o bogată experienţă pe scenă şi în astfel de concursuri: Carmen Tănase, Mihaela Rădescu, Ovidiu Cuncea, Lorette Enache, Andrei Ciobanu şi Cristina Bacal şi juriul tinerilor, format din tineri actori sau studenţi la actorie care au fost actori în trupa de teatru „Birlic": Ana-Maria Fasolă, Stela Cora, Daniel Popa, Răzvan Conțu, Bianca Ciubotariu şi Andreea Nechita.

Peste **1.500 de spectatori** s-au bucurat de festival.

Mulțumiri și alese prețuiri pentru Kaufland România care a fost și în anul 2019 sponsorul oficial al Festivalului Internațional de Teatru pentru Tineret „Grigore Vasiliu Birlic", unul dintre cele mai importante evenimente culturale pentru adolescenți din țară. Colaborarea noastră a fost, este și sperăm să fie în continuare una excelentă.

MIHĂILĂ VASILE LIVIU
Președinte

ASOCIAŢIA INTERNAȚIONALĂ A FEMEILOR DIN BUCUREŞTI „IWA”

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

IWA Bucharest este o asociație compusă 100% pe bază de voluntariat, ce are ca misiune oferirea de mini grant-uri ONG-urilor care susțin cauzele persoanelor vulnerabile.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

350.000 lei

din care:

7%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

- IWA Christmas Bazaar 2019

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Îmbunătățirea calității vieții
2. 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
Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Acțiuni directe de protejare a mediului

IWA CHRISTMAS BAZAAR 2019

„IWA Charity Christmas Bazaar” este un eveniment caritabil ce se desfășoară anual, iar în data de 8 decembrie 2019 a adus împreună 46 misiuni diplomatice, expați și 500 de voluntari.

Evenimentul, având în spate o tradiție de peste două decenii, oferă o experiență multiculturală, țările participante având ocazia să își prezinte cultura, și este în același timp un prilej de a strânge fonduri pentru un spectru larg de organizații caritabile locale. Vizitatorii au putut cumpăra produse tradiționale și delicatese specifice fiecărei țări participante și s-au putut bucura de o zi plină cu momente artistice reprezentative.

În fiecare an Asociația Internațională a Femeilor (IWA) ajută persoanele vulnerabile, inclusiv copiii, femeile abuzate, persoanele în vârstă, persoanele fără adăpost, persoanele cu handicap și cele care au nevoie de îngrijiri medicale grație fondurilor colectate în astfel de evenimente caritabile. În 2019, IWA a acordat **290.253** de lei către **18 organizații neguvernamentale diferite**.

ASOCIAȚIA ESCU

O partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația ESCU înseamnă Educație, Societate, Cultură, Umanitate. Asociația urmărește promovarea multiculturalismului, a dialogului intercultural, creșterea gradului de toleranță și educație, stimularea voluntariatului și dorește să inspire un simț comunitar în mediile în care se implică. Misiunea ESCU este de a activa potențialului uman, în spiritul demnității, solidarității și pentru sprijinirea talentului și valorilor culturale atât românești, cât și globale.

NUMĂR PROIECTE: 1

- World Experience Festival

WORLD EXPERIENCE FESTIVAL

Cluj-Napoca a fost în premieră gazda celei de-a cincea ediții a World Experience Festival, într-un spectacol unic al muzicii și sunetelor lumii, printr-un program fascinant și exotic de spectacole live, workshop-uri creative și activități muzicale interactive precum artists talks, corner de VR și expoziții, ce s-a desfășurat în perioada 13 – 16 iunie 2019, în Parcul Central Simion Bărnuțiu și la Casino-Centrul de Cultură Urbană. Timp de 4 zile, a avut loc un program multicultural divers, în timp ce muzicieni, dansatori și speakeri din peste 25 de țări ale lumii au invitat publicul de toate vârstele să descopere și să experimenteze diversitatea culturală sonoră de pe mapamond ce s-a regăsit în spectacolele live, workshop-urile muzicale și conferințele/expozițiile festivalului.

Ediția din 2019 a WEF a abordat ca tematică „The Unheard Music/Muzica neştiută a lumii", propunând un periplu

original, exotic şi contemporan în muzica lumii și oferind o poartă către alte culturi prin cei peste 100 de artişti emergenți, care au purtat publicul într-o călătorie emoționantă și educativă pe parcursul globului, printre sunete și ritmuri tradiționale, dar și cu influențe moderne, concentrate pe reflectarea diversităţii patrimoniului muzical mondial. În cadrul festivalului au luat parte în această ediție pilot aproximativ **10.000 de participanți**, festivalul atrăgând atât locuitori ai orașului, cât și expați, turiști și studenți străini.

Printre activitățile și evenimentele importante din cadrul festivalului, s-au numărat:

- Rhythms of the World - Ritmurile lumii: componenta de expoziții și instalații muzicale interactive
- Conferințe Connecting the world through music: Lumea conectată prin muzică
- Serile sonore - The Sound Experience: ateliere creative și workshop-uri muzicale de introducere în înțelegerea contextului cultural al unor sonorități din diverse zone ale lumii
- Spectacole de muzică și dansuri care acoperă un repertoriu multicultural

Toate aceste activități au condus la creşterea toleranței, educaţiei multiculturale, sporirea dialogului intercultural, a competențelor şi a interacţiunilor cu alte culturi ale lumii ale publicului din Cluj-Napoca prin implicarea directă a acestora în activităţile proiectului prin programe artistice, ateliere, organizate în cadrul festivalului de peste 25 de culturi, reprezentate de artişti invitaţi, ambasade, minorități etnice, experți muzicologi etc.

@worldexperience_festival

KAUFLAND

ASOCIAȚIA FILM ŞI CULTURĂ URBANĂ

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația Film și Cultură Urbană (AFCU) a fost fondată în 2013 și are ca scop deopotrivă promovarea valorilor cinematografiei românești și europene, a valorilor naționale în contextul păstrării vii a identității culturale naționale, facilitarea accesului la cultură.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

803.000 lei

din care:

14,52%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• RO101: Românitate

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
2. 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
Servicii noi sau îmbunătățite

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

RO101: ROMÂNITATE

RO101: Românitate este un proiect care a pus în valoare ceea ce este autentic românesc, elemente definitorii ale culturii și identității naționale. Au fost alese două evenimente prin care s-a marcat cel mai bine primul an al noului secol al României:

- proiecție de film mut - „Independența României", cu subtitlul „Războiul Româno-Ruso-Turc 1877", este primul film românesc de ficțiune păstrat până azi, realizat cu ocazia aniversării a 35 de ani de la începerea Războiului de Independență din 1877-1878, ca o reconstituire a celor mai importante etape ale acestuia. Meritul major al filmului este că, prin utilizarea a 80.000 de figuranţi, din care mulți erau chiar veterani ai Războiului de Independenţă, a rezultat o superproducţie cinematografică importantă a epocii, recunoscută ca atare de presa internațională, precursoare a epopeii naționale cinematografice de mai târziu.

Acompaniamentul a fost realizat de ansamblul Foley'Ala ce a creat un ambient acustic original, interpretat live sub forma unei cvasi-improvizaţii de (re)construire a coloanei sonore, iar narația a fost făcută de Irina Margareta Nistor.

- „Tănase simfonic", un concert omagial Maria Tănase, conceput cu ocazia Centenarului României, la inițiativa dirijorului Cristian Oroșanu și susținut de Alexandra Fits, acompaniată de Orchestra Filarmonicii de Stat Târgu-Mureș și artistul argentinean Mariano Castro.

Evenimentele au avut loc în Alba Iulia, la Sala de Cultură a Sindicatelor, în data de 30 noiembrie, respectiv 1 decembrie 2019 și au adus laolaltă **1.100 participanți direcți** și **25.000 de spectatori** ai transmisiunilor live.

RO101: Românitate este un punct de sprijin moral și spiritual în tumultul prezentului. Alba Iulia este „scena" cea mai potrivită pentru prezentarea unui astfel de proiect, iar Ziua Națională îmbracă perfect sentimentul apartenenței naționale. Kaufland România a înțeles importanța unui astfel de pilon și a subscris, așa cum o face de mulți ani încoace, la materializarea unui proiect cu rezonanță pur românească.

CRISTIAN HORDILA
Președinte

ASOCIAȚIA BLANĂ!

O partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

BLANĂ! este o organizație non-guvernamentală din Cluj-Napoca născută din dorința unui grup de tineri de a face proiecte cu un impact mare în comunitate.

NUMĂR PROIECTE: 1

- Festivalul Ghibstock

FESTIVALUL GHIBSTOCK

Ghibstock, festivalul din curtea școlii, este făcut de elevi pentru elevi. Pornit în 2010 de liceenii reuniți în clubul de inițiativă comunitară IMPACȚIIII, Ghibstock e mai mult decât un festival, este un proiect care reunește energii în numele binelui. Astfel, în organizarea sa au continuat să se implice tinerii din echipa care l-a lansat, chiar dacă între timp au absolvit facultatea și deja lucrează. Ghibstock reprezintă un model educațional, având un rol important atât în ceea ce privește cauzele abordate de-a lungul anilor, cât și în dezvoltarea personală a voluntarilor implicați în organizarea evenimentului.

Aflat la cea de-a zecea ediție în 2019, festivalul s-a desfășurat în perioada 17-18 mai și a transformat curtea Liceului Onisifor Ghibu, din Cluj-Napoca, într-o adevărată mișcare. Ghibstock 2019 a însemnat 4 scene, 31 de artiști, **10.024 de oameni în curtea școlii**, 195 de voluntari, 11.356 de ore de voluntariat, 44 de parteneri și 20.314 € strânși în cadrul festivalului cu care voluntarii asociației BLANĂ! au implementat două proiecte caritabile:

- **tabăra Ghibstock**, proiect de suflet al organizatorilor, prin care au ajutat 22 de copii din satele de lângă Cluj. În cele 5 zile cu activități de educație nonformală, i-au încurajat pe copii să aibă mai multă încredere în ei, în cei din jur și cel mai important, le-au arătat că școala e mai mult decât ceea ce pare.
- **Comunitatea** – un proiect în satul copiilor, conceput și implementat de la zero, alături de ei, după o analiză temeinică a nevoilor și resurselor din comunitatea lor. Astfel, au continuat să construiască ce au început în tabără, au dezvoltat abilități noi și au aplicat ce au învățat în tabără pentru transformarea mediului în care trăiesc.

ASOCIAȚIA ELITE ART UNESCO

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

ONG-ul promovează educația prin cultură, manifestarile culturale de înaltă ținută și excelență artistică. Lipsa de acces la evenimente culturale de înaltă ținută, lipsa de oportunități pentru artiștii tineri și lipsa manifestărilor grandioase cu acces gratuit sunt câteva dintre problemele sociale pe care ONG-ul dorește să le amelioreze.

NUMĂR PROIECTE: 1

- Concursul Internațional de Dirijat Jeunesses Musicales București

CONCURSUL INTERNAȚIONAL DE DIRIJAT JEUNESSES MUSICALES BUCUREȘTI

Concursul Internațional de Dirijat Jeunesses Musicales București reunește, în fiecare an, **50 dintre cei mai buni dirijori din lume**, cu vârsta până în 35 de ani, care își dispută unul dintre cele mai dorite titluri din domeniu în fața unui juriu format exclusiv din personalități marcante ale vieții culturale internaționale: Sigmund Throp, Vasile Cazan, Bujor Prelipcean, Jacek Rogala, Christian Ehwald, Gheorghe Costin și Horia Andreescu.

Concursul s-a desfășurat în perioada 24–28 septembrie 2019 și a fost format din patru etape. Finala, care a decis cel mai bun tânăr dirijor al lumii, s-a desfășurat la Ateneul Român, în cadrul Concertului de Gală al celei de-a X-a ediții a Concursului Internațional de Dirijat Jeunesses Musicales București, în fața a **800 de spectatori**. Concursul a fost câștigat de Yifan Sun.

FUNDAȚIA FILDERMAN PENTRU EDUCAȚIE, CULTURĂ, 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 2019:

94.000 lei

din care:

32%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 2

- Femeia, al V-lea anotimp
- Atelierele de Fericire

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

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 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
Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Servicii noi sau îmbunătățite
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?
Impactul asupra mediului

Nu este cazul

FEMEIA, AL V-LEA ANOTIMP

Fundația susține comunitatea supraviețuitorilor Holocaustului, persoane în vârstă, cu traume fizice și psihice severe. Ura de rasă, de etnie, manifestată mulți ani împotriva acestor oameni este greu de anulat sau de șters din memoria lor afectivă. Aceste cicatrici se rezolvă greu, cu mare atenție. Prin activitățile desfășurate, fundația aduce împreună supraviețuitori și generația tânără, pentru a-i proteja pe seniori și a le arăta respectul față de ei.

Femeia, al V-lea anotimp, eveniment organizat în perioada 8 – 14 martie 2019, în București, Buzău, Focșani și Dorohoi, s-a aflat la cea de-a IV – ediție. Obiectul principal a fost promovarea femeii, a ceea ce reprezintă ea pentru familie, comunitate, societate. Au participat femei din toate comunitățile entice.

Activitățile au pus în valoare talentul, cultura, cunoștințele de cultură generală, spontaneitatea, bunul gust – valori care fac bine comunității și o înnobilează.

Au fost premiate femeile care au dovedit excelență în activitatea lor – medicină, cercetare, învățământ, cultură scrisă, arta spectacolului, muzică, diplomație, satul românesc, voluntariat. Soliști ai Operei Naționale București au susținut recitaluri și s-au oferit daruri tuturor femeilor. Dialogul intercultural, interconfesional stabilit, promovarea excelenței în diverse domenii, interesul comun pentru o viață demnă și sigură – acestea au fost câteva dintre rezultatele proiectului.

La evenimente au participat **450 de persoane**.

Colaborarea noastră cu Kaufland România a început în urmă cu câțiva ani, când, din dorința de a face sărbătorile mai frumoase pentru seniorii comunității, am cerut sprijinul companiei. Răspunsul a venit repede și proiectul nostru a avut mare succes. De atunci, cu sprijinul Kaufland România, am organizat multe activități culturale, educaționale si sociale, cu impact național și international.

Am constatat, cu admirație si respect, că în centrul a tot ceea ce face, Kaufland România așază omul, comunitatea, cu nevoile și problemele sale, indiferent de etnie sau credință.

ANINA ILIE
Președinte

ATELIERELE DE FERICIRE

Evenimentul s-a desfășurat în perioada 6 – 8 decembrie 2019. Activităţile din proiect s-au adresat, cu precădere, seniorilor comunității. Obiectivul principal al proiectului a fost atragerea seniorilor, mulți dintre ei supraviețuitori ai Holocaustului, în activități relaxante, care să le confere siguranță, să le îmbunătățească starea fizică și psihică. Atelierele au fost susținute de psihologi, sociologi, artiști plastici și au constat în comunicare, folosirea artei ca mijloc de comunicare a stărilor, au fost organizate excursii în Brașov și la obiective turistice din Bran.

Proiectul a avut ca beneficari direcți **100 de seniori** din comunitate, unii dintre ei cu vârste aproape de 100.

LIGA MAIȘTRILOR MILITARI DE MARINĂ

O partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Scopul Ligii Maiștrilor Militari de Marină este de a desfăşura activităţi menite să contribuie la stimularea motivaţiei profesionale, dezvoltarea dorinţei de performanţă şi competitivitate şi ajutorare interumană. Prin aceste activităţi se urmărește permanent cultivarea şi dezvoltarea nobilului sentiment al camaraderiei profesionale şi de armă.

NUMĂR PROIECTE: 1

- Ziua Marinei Române 2019

ZIUA MARINEI ROMÂNE 2019

An de an, la 15 august, odată cu sărbătoarea creştină a Adormirii Maicii Domnului, ocrotitoarea marinarilor de pretutindeni, este celebrată şi Ziua Marinei Române, sărbătoare civilă şi militară instituită prin Legea nr. 382 din 28 septembrie 2004.

În 2019, pentru a sărbători cea de-a 117-a ediție a Zilei Marinei Române, au fost organizate o serie de activități la Constanţa, Mangalia, Tulcea, precum şi în Bucureşti.

În Constanța, publicul prezent pe faleză a asistat la cel mai mare exercițiu naval organizat în România. Acesta a fost urmat, în Portul Turistic Tomis, de numeroase jocuri marinărești. Pe faleza din fața Comandamentului Flotei, au răsunat acordurile Muzicii Militare a Forțelor Navale, după care seara s-a încheiat cu retragerea cu torțe a marinarilor militari pe traseul Poarta 1 (Portul Constanța) – faleza Cazinoului – Comandamentul Flotei – Str. Remus Opreanu – Piața Ovidiu și retur, până la Comandamentul Flotei, timp în care a avut loc și un spectacol inedit de lansare de lampioane de la bordul navelor militare ancorate în apropierea falezei.

În București, în Parcul Regele Mihai I, a fost organizată o ceremonie militară și religioasă.

În 2019, toate evenimentele organizate cu prilejul Zilei Marinei Române au fost dedicate navei-școală „Mircea”, „Ambasadorul onorific în serviciul României”, care a împlinit 80 de ani de când ne reprezintă țara pe mările și oceanele lumii. Pentru recunoașterea contribuției sale la promovarea imaginii țării noastre pe meridianele lumii, precum și pentru rolul său în păstrarea valorilor și tradițiilor marinărești, drapelul navei-școală „Mircea” a primit de la președintele Klaus Iohannis „Ordinul Virtutea Maritimă cu însemn de pace în grad de Comandor”.

15.000 de spectatori au participat la festivități, cel mai mare număr înregistrat în ultimii ani.

FUNDAȚIA COMUNITARĂ ALBA

partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea Fundaţiei Comunitare Alba este de a îmbunătăţi viaţa locuitorilor din judeţul Alba prin mobilizarea şi distribuirea de resurse pentru iniţiative de dezvoltare locală.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2019:

350.000 lei

din care:

19,47%

susținut de Kaufland România

NUMĂR PROIECTE: 1

• Marea Unire a Bucătarilor: Gust de România

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

1.CE S-A SCHIMBAT? *Tipul impactului*
2.CUM S-A SCHIMBAT? *Profunzimea impactului*

1. Schimbarea atitudinii/comportamentului
   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

Atingerea unui număr mai mare de persoane
Servicii noi sau îmbunătățite

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

Impactul asupra mediului

Nu este cazul

MAREA UNIRE A BUCĂTARILOR: GUST DE ROMÂNIA

Marea Unire a Bucătarilor: Gust de România a avut loc pe 1 decembrie 2019, cu ocazie Zilei Naționale a României. A făcut parte din calendarul de evenimente al Festivalului de România, desfășurat în perioada 15 noiembrie – 2 decembrie, la Alba Iulia, pentru a sărbători Marea Unire.

O armată de bucătari au gătit la cazarma unității Militare 415 din Piața Unirii din Alba Iulia **15.000 de porții de mâncare**, care au fost împărțite gratuit participanților la eveniment și militarilor care au făcut parte din paradele organizate în aceeași zi.

Evenimentul a avut ca scop păstrarea vie a tradițiilor culinare ale românilor și, în același timp, deschiderea unităților militare către societatea civilă.

Un proiect de succes, creator de valoare și de schimbare în bine la nivelul comunității. Crezul Kaufland România, „Implicarea face diferența", este, de fapt, o realitate, o acțiune directă în construcția unei societăți mai bune și a unui viitor mai sănătos.

DORIN SAVA
Director executiv

PROGRAME DE FINANȚARE

2019 a însemnat anul lansării pentru două programe de finanțare pentru organizații non-guvernamentale.

În Stare de Bine, aflat deja la a doua ediție, a presupus acordarea de granturi nerambursabile în valoare de 1 milion de euro asociațiilor care desfășoară proiecte ce au ca scop creșterea calității vieții persoanelor vulnerabile. În plus, pentru că ne-am dorit să facem mai mult pentru organizațiile partenere, am inclus în cadrul programului și o componentă de creștere a acestora.

Start ONG, aflat la prima ediție în 2019, a pus accentul pe organizațiile mici sau aflate la început de drum. Am oferit fonduri în valoare de 500.000 euro pentru a susține micile ONG-uri în implementarea de proiecte care să ducă la dezvoltarea comunităților din care acestea fac parte.

În paginile ce urmează veți regăsi un sumar al acestor activități, precum și rezultatele celor două programe de finanțare.

ÎN STARE DE BINE

Program pentru ONG-uri susținut de Kaufland

„În stare de bine" este un program de finanțare ce oferă anual granturi nerambursabile în valoare totală de 1 milion de euro organizațiilor neguvernamentale din România.

Programul, susținut de Kaufland România și implementat de Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile, are ca scop creșterea calității vieții locuitorilor din comunitățile rurale și urbane, prin sprijinirea inițiativelor care au un impact pozitiv în domeniile Viaţă Sănătoasă, Sport sau Cultură şi care se adresează cu prioritate grupurilor vulnerabile.

Abordarea programului „În stare de bine" a inclus 2 componente principale:

- Componenta de finanțare pentru proiecte derulate de ONG-uri
- Componenta pentru întărirea eficienței și sustenabilității ONG-urilor

În 2019, programul a presupus construirea și lansarea a 3 apeluri de proiecte pentru organizații neguvernamentale. Două apeluri au fost lansate în prima parte a anului 2019 și au constat în acordarea de granturi de până la 235.000 lei către organizații neguvernamentale din cele 3 domenii, pentru realizarea de proiecte în beneficiul grupurilor vulnerabile, iar al treilea a fost lansat în ianuarie 2020 și a presupus acordarea de granturi cu sume între 25.000 și 50.000 lei pentru proiecte care promovează egalitatea de șanse și susțin cu prioritate fete din grupuri vulnerabile.

Pentru cele 3 apeluri de proiecte au fost organizate 5 sesiuni de informare pentru prezentarea specificităților fiecărui apel în parte (3 în București, 1 în Râmnicu Vâlcea și 1 în Iași). În plus, pe întreaga perioadă, înainte și în timpul depunerii proiectelor, aplicanții au primit detalii și informații despre apel, despre modalitatea de depunere și despre modul de utilizare a platformei online.

În cadrul celor 3 apeluri de proiecte au fost evaluate 587 de propuneri primite (410 proiecte în primele 2 apeluri și 177 proiecte în apelul de granturi mici). În urma evaluării au fost selectate, contractate și finanțate 21 de proiecte din primele 2 apeluri, iar în cadrul apelului de granturi mici au fost propuse spre finanțare 5 proiecte și 3 pe lista de rezervă *(până la finalul programului, au fost finanțate toate cele 8 proiecte)*.

VIAȚĂ SĂNĂTOASĂ

Astfel, în domeniul Viață Sănătoasă au fost susținute 9 proiecte ai căror beneficiari au fost în special copii și tineri din medii vulnerabile.

Ca și în celelalte domenii și aici intervențiile au fost foarte variate:

- caravane de educație și îngrijire orală pentru copii, realizate în medii rurale greu accesibile unde nu există cabinete stomatologice (jud. Tulcea și jud. Vâlcea);
- facilități de igienă pentru persoane fără adăpost din București prin intermediul unui duș mobil și servicii de igienizare a hainelor;
- caravană de monitorizare a gravidelor și mamelor în risc, în localități rurale din sudul țării în care au fost identificate cazuri de gravide care, deși avansate în sarcină, participau la prima investigație medicală a acesteia;
- furnizare de produse de igienă menstruală și educație pentru femei și fete vulnerabile (de obicei fără adăpost sau în zone extrem de sărace din București);
- dezvoltarea unui centru comunitar și a unei facilități de igienă, dublate de ateliere de educație pentru igienă și dezvoltare personală pentru copiii și tinerii din Mercheașa, jud. Brașov;
- ateliere cu copii cu dizabilități și TSA integrați în învățământul de masă, împreună cu colegii lor, pentru prevenirea discriminării pe motiv de dizabilitate;
- intervenții în domeniul sănătății și investigații și tratamente medicale pentru copii și adulți din 12 comunități vulnerabile din județul Cluj.

SPORT

Cele 5 proiecte din domeniul Sport au avut ca punct comun accesul grupurilor vulnerabile la activități sportive și de mișcare, însă au lucrat cu grupuri foarte variate astfel:

- copii și tineri cu deficiențe de vedere care au practicat ciclism tandem împreună cu voluntari dedicați;
- copii cu sindrom Down beneficiari ai organizației Special Olympics au practicat patinaj (role și gheață) și au participat la prima competiție de acest gen organizată de Special Olympics în România;
- copii cu tulburări din spectrul autist au beneficiat de aparatură și activități de mișcare și kinetoterapie necesare recuperării acestora;
- copii și tineri din medii foarte sărace au beneficiat de activități sportive, utilizate atât ca modalitate de incluziune a acestora în comunitate (Castelu), cât și ca mod de prevenire a abandonului școlar (București, școala Mexic și Școala 153).

CULTURĂ

În categoria Cultură, au fost finanțate 7 proiecte. Acestea au utilizat metode din diverse arii artistice (teatru, meșteșuguri, film, muzică) pentru a aduce beneficii persoanelor din grupuri vulnerabile.

- Prin teatru non-verbal, s-a adus în fața unor elevi hipoacuzici un spectacol de teatru pe înțelesul lor, inspirat din basme românești.
- Tot prin elemente de teatru și improvizație, grupuri de tineri din comunități rurale sau zone urbane marginalizate au experimentat încrederea în sine, atenția către sine și către ceilalți.

Creșterea accesului la evenimente culturale a persoanelor din mediul rural a fost continuată și în cadrul proiectelor din anul 2019, prin organizarea de spectacole de teatru si de muzica clasică în comunități rurale în care accesul la aceste tipuri de evenimente este extrem de dificil.

Proiectele au demonstrat și că arta poate constitui o perspectivă de viitor pentru tineri din comunități defavorizate:

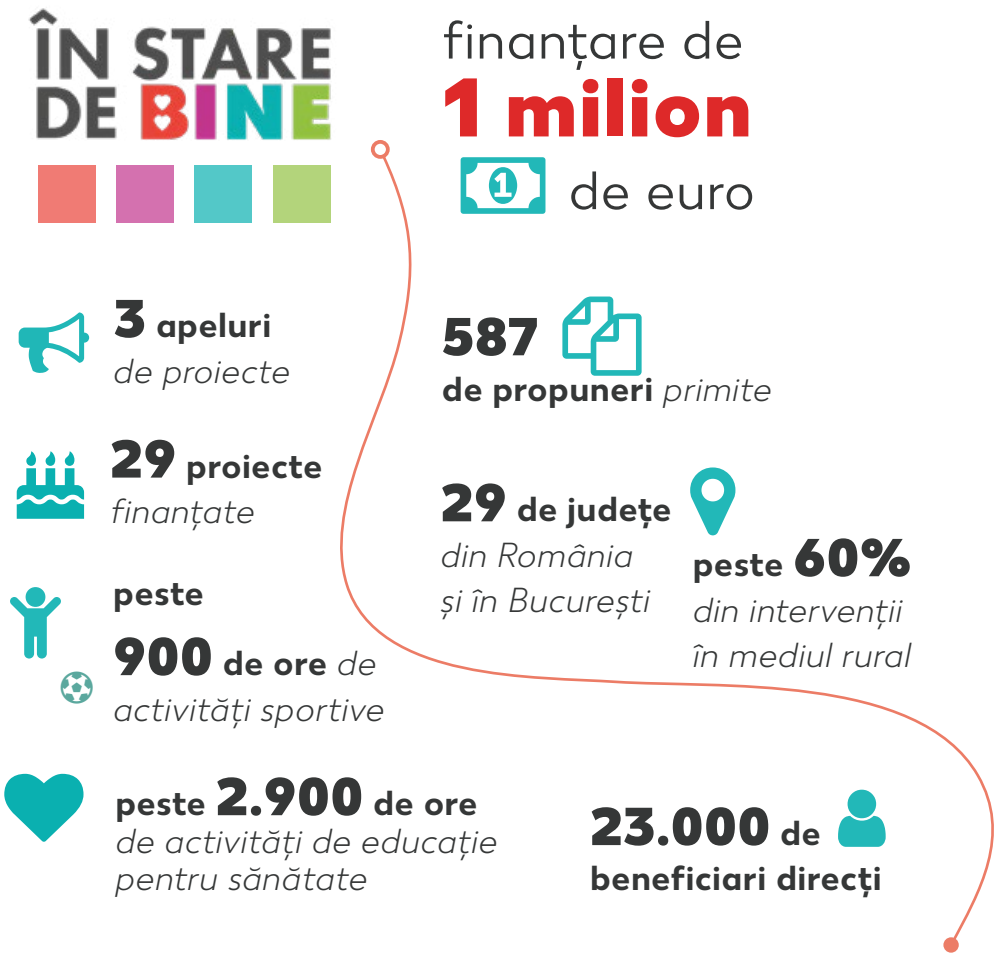
- au fost create primele 3 orchestre de copii din comunități de etnie romă care au susținut și primele spectacole locale
- în cercuri de meșteșuguri realizate în comunități din sudul României, copiii au deprins meșteșuguri precum țesut la război, lucru cu papura, lucru cu lemnul, ceramică.

Tot în cadrul acestui domeniu au fost atinse și tematici mai puțin adresate:

- perioada istorică de sclavie a romilor pe teritoriul țării noastre, prin realizarea primului scurt metraj care prezintă această perioadă („Bilet de iertare”);
- experiența de a fi mamă, bucuriile și greutățile cu care se confruntă mamele din diferite medii sociale și depresia post-natală, prin prezentarea piesei de teatru „Baby Blues”.

Cele 8 proiecte finanțate în cadrul apelului de granturi mici au avut ca temă egalitatea de șanse. Astfel, activitățile desfășurate au fost:

- cursuri de igienă personală oferite tinerelor mame, multe dintre ele minore
- îmbunătățirea statutului elevului de etnie romă și reducerea riscului de abandon școlar
- educația menstruală în școli și în rândul adolescentelor
- promovarea sportului în rândul copiilor, menținerea fetelor în activități sportive și diminuarea atitudinilor discriminatorii
- susținerea fetelor și femeilor din medii rurale vulnerabile oferindu-le produse de igienă menstruală adecvate și informații aplicate
- ateliere de teatru de improvizație, spectacole și discuții cu publicul pe tema eșecului/teama de a greși
- sprijinirea, încurajarea și facilitarea dialogului deschis pe teme sociale de actualitate, precum bullying și violență
- încurajarea practicării unui sport olimpic (scrimă) în rândul copiilor



Activitățile din proiectele finanțate s-au derulat în 29 de județe din România și în București, însumând 178 de localități (peste 60% din intervenții s-au realizat în mediul rural).

În proiecte au fost organizate peste 600 ore de activități culturale, peste 900 de ore de activități sportive, peste 2.900 ore de activități de educație pentru sănătate.

Proiectele finanțate au avut 23.000 de beneficiari direcți, iar informații despre proiecte au ajuns la peste 1.700.000 de persoane (website, facebook, știri despre proiecte etc.).

Componenta pentru întărirea eficienței și sustenabilității ONG-urilor este una dintre noutățile programului din 2019. Deși ea a fost prezentă și în anul 2018 printr-o serie de ateliere tematice, a fost nevoie de un program mai structurat care să propună activități adaptate nevoilor directe ale organizațiilor.

Aspecte precum guvernanța, managementul financiar, managementul informației, structura organizațională, managementul resurselor umane, implicarea beneficiarilor, comunicarea etc., sunt necesare pentru a asigura o dezvoltare sănătoasă a organizațiilor neguvernamentale. Astfel, componenta de dezvoltare organizațională pusă în practică în anul 2019 a constat în 3 tipuri de modalități de sprijin pentru ONG-uri:

1. „Programul Creștem ONG-uri", dezvoltat ca o componentă a programului În stare de bine.

Programul și-a propus să crească numărul de ONG-uri care pun accent pe dezvoltarea lor organizațională pentru a fi eficiente în satisfacerea nevoilor reale ale beneficiarilor și comunităților din care fac parte.

Programul a presupus 3 etape: evaluare organizațională, planificare a strategiei de transformare ca urmare a evaluării și mentoring pentru implementarea acțiunilor propuse.

Acest program a inclus 32 de organizații care au beneficiat de consultanță în dezvoltare organizațională începând din mai 2019, au fost realizate 30 de analize organizaționale și recomandări/planificări de direcții de acțiune cu organizațiile implicate în program.

Ca urmare a analizelor realizate, au fost create o serie de instrumente și s-a oferit consultanţă după cum urmează:

- s-a creat un pachet de documente privind managementul voluntarilor pentru ONG-uri și consultanță specifică cu 8 organizații;
- s-a oferit consultanță specifică și dezvoltarea unor direcții strategice ale organizațiilor pentru 7 organizații;
- s-a oferit consultanță specifică și dezvoltarea unor planuri de marketing pentru 9 organizații;
- s-a oferit consultanță specifică și dezvoltarea unor planuri de fundraising pentru 11 organizații implicate în program.

2. Workshop-uri/ateliere tematice dedicate atât organizațiilor incluse în programul de finanțare, și în componenta Creștem ONG-uri, cât și din afara lor.

Atelierele organizate au vizat aspecte ce țin de comunicare, marketing și storytelling, fundraising, diagnoză organizațională etc., precum și networking între organizațiile participante. Au fost organizate 8 ateliere (Bucureşti, Timișoara, Cluj), cu un număr de 65 de ONG-uri participante.

3. Componenta de dezvoltare organizațională în cadrul proiectelor finanțate.

Pentru primele două apeluri de proiecte, organizațiile solicitante au avut la dispoziție posibilitatea direcționării a 20% din bugetul proiectului către activități de dezvoltare organizațională în funcție de nevoile fiecărei organizații. Din cele 21 de proiecte finanțate, 9 au folosit această oportunitate.

Succesul și realizările de până acum ale programului În stare de bine se datorează organizațiilor neguvernamentale implicate în program și, în egală măsură, susținerii din partea Kaufland România. Este important să avem un partener cu viziune, constant și implicat, care e alături de noi ori de câte de ori este nevoie, așa cum se întâmplă în cazul colaborării din ultimii doi ani cu Kaufland România. Credem că aceste lucruri fac diferența, și sunt zi de zi puse în practică de echipa Kaufland cu care lucrăm: disponibilitate, deschidere, implicare, încredere.

IONUȚ SIBIAN
Director Executiv
Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile

START ONG este primul și singurul program de finanțare dedicat ONG-urilor mici sau a celor aflate la început de drum, dezvoltat de Kaufland România în parteneriat cu Asociația Act for Tomorrow.

Programul este cel mai simplificat instrument de finanțare comunitară, o modalitate de susținere a entităților care se află încă în stadiu incipient, în sectorul non-profit, precum și în aparatul public.

Scopul principal al programului este acela de a încuraja organizațiile non-guvernamentale și instituțiile să dezvolte și să implementeze proiecte de responsabilitate socială care să ducă la dezvoltarea comunităților din care acestea fac parte.

Finanțarea totală acordată de Kaufland România pentru dezvoltarea micilor ONG-uri a fost de 500.000 de euro.

START ONG ediția 2019 s-a desfăşurat prin intermediul a nouă runde succesive de apeluri de proiecte, care au fost lansate pe tot parcursul anului, începând cu data de 1 a fiecărei luni calendaristice, iar primul apel a fost accesibil din 1 martie 2019.

Programul a avut trei praguri de finanțare, iar participanții au putut înscrie proiecte din domeniile educație, sănătate, mediu, social și cultură. Evaluarea proiectelor înscrise a fost realizată de către un juriu format de Asociația Act For Tomorrow, în ordinea solicitărilor primite până la epuizarea bugetului lunar.

În 2019, au fost finanțate 164 de proiecte înscrise de 137 de ONG-uri, 26 de școli și 1 instituție neguvernamentală, care s-au desfășurat în 36 de județe și București. Proiectele au abordat subiecte precum:

EDUCAȚIE

- educație non-formală având ca beneficiari atât elevi, cât și cadre didactice;
- responsabilizarea cetățenilor cu privire la viața comunității în care trăiesc prin intermediul diferitelor activități de tipul – promovarea drepturilor omului;
- prevenirea abandonului școlar;
- pregătirea tinerilor în vederea integrării socio-profesionale;
- îmbunătățirea infrastructurii școlare;

SĂNĂTATE

- campanii de informare și conștientizare;
- tratarea diferitelor afecțiuni medicale;

MEDIU

- amenajarea spațiilor verzi, împădurire și conservarea resurselor naturale;
- informare – cu privire la risipă, de exemplu;
- reutilizarea resurselor și colectarea selectivă;

SOCIAL

- combaterea violenței, a urii;
- consilierea psiho-socială pentru persoane discriminate pe criterii de rasă, etnie, sex, dizabilitate, boli cu transmitere sau pe alte criterii de discriminare recunoscute;

CULTURĂ

- susținerea și promovarea diferitelor forme de artă (arte vizuale, dans, teatru, muzică, artă digitală);
- promovarea patrimoniului local/național.

Printre proiectele care au fost posibile datorită finanțării Start ONG, se numără:

ZidArt

Proiectul prin care 10 lucrări de artă murală cu mesaj social au fost realizate în Bacău cu vopsea Airlite, care purifică aerul, pe o suprafață de peste 700 mp;

Caravana sănătății femeilor din Delta Dunării

Proiectul prin care femeile din cea mai izolată comună din Delta Dunării au beneficiat pentru prima dată de servicii ginecologice gratuite;

Natura este pentru toți

Primul proiect din România care a facilitat accesul în natură persoanelor cu dizabilități;

Și eu sunt Blondie

Proiectul care a format 60 de voluntari să îngrijească copiii abandonați în spitale, cu ajutorul unui simulator medical de neonatologie achiziționat în cadrul proiectului;

Seniori activi pe piața muncii

Proiectul care a dezvoltat platforma online jobs.seniorul.ro, ca un serviciu unic pe piața muncii din România, dedicat persoanelor în vârstă ce doresc să își caute un loc de muncă;

Program de reducere a impactului spitalizării copiilor

A făcut posibilă instalarea în 24 de saloane din spitalul de Psihiatrie din Sibiu a unei tablete cu: o aplicație educativă care cuprinde jocuri software speciale, filme și cărți audio educative cu specific pentru cei mici.

Aktidealul

START ONG
ZIDART
INGENIOUS DRAMA

În total, programul a avut **57.234** de beneficiari, printre care:

- 27.014 elevi/studenți
- 3.038 elevi/copii grupuri defavorizate
- 10.158 tineri
- 15.912 adulți
- 445 seniori
- 667 cadre didactice

finanțare de
500.000
de euro

9 runde
de apeluri de proiecte

164 proiecte susținute

proiecte defășurate în
36 de județe
și București

863 *activități derulate în cadrul proiectelor*

57.234
de beneficiari

1.691
de voluntari *implicați în implementarea proiectelor*

Finanțarea este o componentă vitală pentru organizațiile non-guvernamentale, în lipsa căreia acestea nu pot dezvolta proiecte care să abordeze problemele comunitare. Prin programul Start ONG, ne-am propus să oferim ONG-urilor aflate la început de drum cel mai prietenos mecanism de finanțare, prin care să le sprijinim să dezvolte noi proiecte și astfel, să își îndeplinească misiunea. Rezultatele și impactul celor 164 de proiecte finanțate ne-au depășit așteptările inițiale și ne motivează să continuăm acest program care, pe lângă faptul că își aduce aportul la dezvoltarea sectorului non-guvernamental, schimbă comunitățile la firul ierbii, acolo unde oamenii au cea mai mare nevoie de sprijin.

ANDREI COȘULEANU
Președinte Act For Tomorrow

INDEX

Asociația 11even ... 30/101/166
Creatori de viitor - Champions United ... 31
Creatori de viitor - Dialogurile Transform ... 33
Bucurie în Mișcare 2019 ... 167
Bucurie în Mișcare Mamaia Nord ... 167
Bucurie în Mișcare Epic Adventure la Neversea & Untold ... 169
Caravana Bucurie în Mișcare ... 102
Asociația Act For Tomorrow ... 54
Acționăm pentru Apă (A.P.A.) ... 55
Green Edu ... 56
Asociația Aici Pentru Tine ... 133
Program psiho-educativ ... 134
Asociația Ateliere Fără Frontiere ... 42
Dăm Click pe România! ... 43
Asociația Banca pentru Colectarea și Distribuția Alimentelor ... 135
Banca pentru Alimente București ... 136
Asociația BLANĂ! ... 244
Festivalul Ghibstock ... 244
Asociația Centrul Terapeutic Marea Neagră ... 197
Autism 24h ... 198
Asociația Centrul de Resurse în Comunicare ... 34
CreateAthon România ... 35
Asociatia CEO Clubs Internațional ... 45
CEOs Back to School ... 46
Asociația CIA Coaching în Alergare ... 201
Transmaraton ... 202
TranSnow ... 202
Asociația Cinemobilul ... 229
Caravana Kaufland – Cinemobilul ... 230
Asociația Club Sportiv AtletIS ... 204
1k Run Fast & Fun ... 205
Asociația Club Sportiv Climb Again ... 170
Festivalul Climb Again – Puternici Împreună (trei ediții) ... 171
Minicentrele Climb Again ... 173
Asociația Club Sportiv H.M. Junior ... 194
Susținerea activității clubului ... 195
Asociația Club Sportiv MPG ... 85/207
Ziua Sportului Paralimpic ... 208
ECO BUCURIE – proiect de ecologizare trasee de ciclism ... 86
Asociația Elite Art Unesco ... 245
Concursul internațional de dirijat Jeunesses Musicales București ... 246
Asociația ESCU ... 238
World Experience Festival ... 239
Asociația Fălticeni Cultural ... 234
Festivalul Internațional de Teatru pentru Tineret "Gr. V. Birlic" ... 235
Asociația Film şi Cultură Urbană ... 242
RO101: Românitate ... 243
Asociația Green Revolution ... 67
I'Velo Urban ... 68
Asociația Habitat for Humanity România ... 97
Big Build ... 98
Asociația Industrii Creative ... 80
Amenajare pârtie Iași pe timpul verii – Rocanotherworld ... 81
Asociația Institutul de Cercetare În Permacultură din România ... 58
Creștem Grădinescu ... 59
Asociaţia Internaţională a Femeilor din Bucureşti „IWA" ... 236
IWA Christmas Bazaar 2019 ... 237
Asociația Ivan Patzaichin - Mila 23 ... 62
Apele Unite ale României ... 63
Asociația Libra ... 140
Integrare Socială și Terapie Ocupațională pentru copii/tineri defavorizați ... 141
Asociația Lindenfeld ... 144
Ajungem MARI și Responsabili ... 145
Asociația Magic ... 95
MagicBOX ... 96
Asociaţia Modelism Tomis ... 50
Expoziție concurs de modelism "Cupa Tomis" 2019 ... 51
Asociația More than a Smile ... 148
Merit O Șansă ... 149
Asociația One World Romania ... 216
Festivalul Internațional de Film Documentar și Drepturile Omului - One World Romania ... 217
Festivalul One World Romania la Zalău, ediția 2 ... 219
Cineclub One World Romania ... 220
Asociația Orașul Meu, Culorile Mele ... 174
Ce mâncam? ... 175

Asociația OvidiuRo ... 104
Punguța cu 2 cărți ... 105
Asociația Parcul Natural Văcărești ... 77
Bucharest MTB Race 2019 ... 78
Asociația pentru Handicapați Psihici Caraș-Severin ... 161
Pachete Crăciun ... 162
Asociația pentru Muzică, Artă și Cultură ... 232
Suflet în culori - Concert caritabil in beneficiul copiilor cu autism ... 233
Asociația Pentru Responsabilitate Socială PLAN B ... 176
Akademia Kinderland ... 177
Asociația Pro Magna ... 48
Școala de vară Antreprenoriat și Limba Germană ... 49
Asociația Rază de Speranță ... 193
Reconnect prin meloterapie și arte combinate ... 193
Asociația Reality Check ... 108
Fiecare Copil în Grădiniță și în Școală Ponorâta ... 109
Umanitara de Paște ... 110
Umanitara de Crăciun ... 110
Împreună prin sport la Castelu ... 111
Asociația Regio din Transilvania ... 37
Fleximodels ... 38
Asociația Română pentru Intoleranță la Gluten ... 178
Caravana România fara Gluten ... 179
Asociația Românii Care Se Ajută (ARCSA) ... 222
Caravana Kaufland „Coborâm la prima" ... 223
Asociația SAMAS ... 181
Cutia bebelușului ... 182
Asociația Șansa Ta ... 150
O șansă caldă ... 151
Zâmbetul din cutie ... 151
Tabăra din viața ta ... 151
Cupa „Șansa ta" ... 151
Rechizite pentru viitorul tău ... 151
Asociaţia „Sfântul Nicolae şi Sfântul Efrem cel Nou" ... 159
De Crăciun, pentru cei aflați în suferință ... 160
Asociația Simte Românește ... 192
Caravana Cancel Cancer ... 192
Cancel Cancer Ștafeta Roz ... 192
Asociația Solar Decatlon București ... 75
EfdeN Solar Garden ... 76
Asociația Somaro ... 122
Magazin social Sibiu ... 123
Magazin social Ploiești ... 123
Asociația SOS Satele Copiilor România ... 112
Creștem Oameni Mari ... 114
Susține Campionii de la SOS Satele Copiilor ... 114
Cupa Kaufland - Națională SOS ... 115
Asociația Speranță Pentru Copii ... 153
O haină = O speranță ... 154
Asociația Sport Non Stop ... 210
Fugi în Curtea Școlii ... 211
Asociația Sportivă Rugby Club Antonio Jr. ... 199
Brochallenge: "Antrenament de RUGBY" ... 200
Asociația Star Education ... 73
Ecofrecvența ... 73
Asociația UNTOLD ... 47/196
BAC de 10 ... 47
Blood Network ... 196
Asociația Wello ... 184
Wello Camp ... 185
Fundația Comunitară Alba ... 250
Marea Unire a Bucătarilor: Gust de România ... 251
Fundația Filderman pentru Educație, Cultură, Artă ... 246
Femeia, al V-lea anotimp ... 247
Atelierele de Fericire ... 248
Fundația Inovații Sociale Regina Maria ... 120
Șanse egale la o viață demnă ... 121
Zâmbete sănătoase ... 121
Fundația de Sprijin Comunitar ... 124
Femeie. C.L.A.R. Sat. Teatru ... 125
Grădina Milly pentru copii și bunici ... 125
Adoptă un licean ... 126
Fundația Hope and Homes for Children România ... 92
Fiecare copil contează! ... 93
Fundația Hospice „Casa Speranței" ... 39/131/190/227
Școala Hospice ... 40
Serbare de Crăciun ... 132
Bucharest Half Marathon 2019 ... 191
Bucharest Marathon 2019 ... 191
Edelweiss Dinner ... 228

Fundația Policy Center for Roma Minorities ... 127
Casa Bună ... 128
Fundația Regală Margareta a României ... 224
Tinere Talente ... 225
Fundația Viață și Lumină ... 156
Niciodată singur ... 157
Liga Maiștrilor Militari de Marină ... 249
Ziua Marinei Române 2019 ... 249
Organizația Salvați Copiii ... 116/186
Educație pentru toți copiii ... 117
Educație și protecție pentru copii cu părinții plecați la muncă în străinătate ... 118
Alegeri sănătoase ... 187
Să fim prieteni - Fără Bullying ... 188
Organizația Suedeză pentru Ajutor Umanitar Individual ... 137
Terapie pentru tineri cu dizabilități intelectuale ... 138
ViitorPlus- asociația pentru dezvoltare durabilă ... 70
Recicleta ... 71

Raport de Investiții Comunitare
Kaufland România
2019