



CSR România a stat de vorbă cu Alexey Golovin, Directorul de Comunicare al Rompetrol, și Leslie Hawke, co-fondatoarea Asociației OvidiuRo, despre motivele pentru care continuă să lucreze împreună după atâția ani. □

Asociația dumneavoastră a fost sprijinită de Rompetrol încă din 2004. Cum a început această colaborare?

OvR: Împreună cu Maria Gheorghiu, cu care am fondat asociația, l-am întâlnit pe Phil Stephenson deputy CEO la un eveniment organizat de Camera de Comerț Americană în vara anului 2004. Părea foarte interesat de activitatea noastră, aceea de a-i ajuta pe copiii săraci de toate vârstele din Bacău și din Sectorul 5 al capitalei să meargă la școală sau, dacă au abandonat, să se întoarcă la școală. El a fost cel care ne-a spus că Rompetrol își lansează propria fundație și ne-a invitat să depunem o propunere de proiect. Cred că grantul inițial a fost de 10.000 de dolari, dar a crescut în fiecare an, puțin câte puțin. Astăzi, Rompetrol este unul dintre cei mai mari susținători OvidiuRo care fac parte din sectorul corporativ. Desigur, când compania a fost vândută, în 2007, ne-am îngrijorat că noua conducere nu va mai fi la fel de dispusă să susțină educația din România. Dar Sadoukhas Meraliyev (CEO la acea vreme) cu care am avut o întâlnire, a fost foarte deschis și interesat să ne sprijine în continuare. Chiar a adus un grup mare de directori executivi la ediția a VI-a a Balului de Caritate de Halloween, din anul 2010.

Care este motivația Rompetrol de a continua un program care a fost inițiat sub o conducere diferită?

Rompetrol: După cum știți, KazMunayGaz (KMG) a devenit în 2007 acționarul majoritar al Grupului Rompetrol, achiziționând 75% din acțiuni. Din 2009 este unic acționar. În România, intenția noastră nu este doar aceea de a consolida afacerea, de a investi și de a ne extinde operațiunile, ci și de a dezvolta o strategie de CSR pe termen lung care să răspundă nevoilor partenerilor noștri, comunitățile locale. Astfel, în 2009 a fost creată platforma de responsabilitate socială "Energia vine din inimă", iar parteneriatul cu Asociația OvidiuRo, care ne este foarte drag, face parte din această platformă. Într-adevăr, sprijinim asociația încă din 2004; din 2007, o dată cu instalarea noului management, principalul nostru scop a fost acela de a contribui în mod semnificativ la dezvoltarea societății, iar acest lucru este posibil prin continuarea parteneriatelor deja existente și dezvoltarea unora noi (cu SMURD, Gala Societății Civile, prin programul "Împreună pentru fiecare", etc). Strict legat de OvidiuRo, am fost foarte impresionați de determinarea și efortul lor de a contribui la schimbarea în bine în domeniul educației. Angajamentul pe care și l-au luat pe termen lung (peste 1400 de copii merg la grădiniță în 2012, cu sprijinul lor) demonstrează că sunt o organizație serioasă care se adresează nevoilor generațiilor prezente și viitoare care trăiesc sub pragul sărăciei.

Ce presupune pentru un ONG un parteneriat de succes în domeniul CSR?

OvR: Comunicarea bidirecțională! Rompetrol a răspuns întotdeauna nevoilor Asociației OvidiuRo. De exemplu, acum câțiva ani, a trebuit să organizăm Ateliere de Vară în peste 30 de comunități din toată țara. Aveam o Dacia veche și un Clio, dar nu trebuiau mașini mai rezistente pentru ca trainerii noștri să poată vizita comunitățile cele mai îndepărtate fără teama că mașinile s-ar putea strica pe drum. Rompetrol ne-a împrumutat un automobil pe perioada verii și ne-a dat, în plus, mai multe bonuri de benzină. A fost incredibil, ne-scose dintr-o situație grea! De asemenea cred că este foarte important ca finanțatorii să viziteze comunitățile care fac parte din programele pe care le sprijină. Știu că este mai ușor de zis decât de făcut dat fiind programul încărcat al tuturor. De aceea, țin să precizez eforturile pe care cei de la Rompetrol le-au făcut în acest sens. Gavit Kurkimov Vice-Presedinte Dezvoltare Afaceri a participat la întâlnirea membrilor Consiliului Consultativ al OvR din 2011 și a cunoscut o parte dintre partenerii noștri locali, primari, directori de școli și profesori. Iar Costinela Drăgan, coordonator CSR, a vizitat în acest an comunitatea din Castelu cu ocazia evenimentului "Ziua Porților Deschise" pe care l-am organizat acolo de Ziua Copilului, pe 1 iunie. Implicarea personală le oferă celor care iau deciziile de finanțare o idee mai bună asupra necesității sprijinului lor și îi face pe profesori și pe reprezentanții autorităților locale să se simtă apreciați.

Ce presupune, pentru o companie, un parteneriat de succes în domeniul CSR?

Rompetrol: CSR-ul este o componentă importantă a unei afaceri sustenabile. Acest lucru presupune ca un parteneriat dezvoltat împreună cu un ONG să genereze profit, valoare adăugată pentru comunitate, în sensul dezvoltării condițiilor de viață ale beneficiarilor într-o manieră vizibilă, pe termen lung. Avem o abordare orientată către profitul comunității pentru fiecare dintre proiectele noastre. Pentru a fi eligibile, proiectele trebuie să-și definească foarte clar obiectivele, bugetul, calendarul implementării propriu-zise, analiza riscurilor și a oportunităților și un plan pentru menținerea rezultatelor pe viitor. Este foarte important ca toți cei implicați în proiect să fie atrași și implicați în dezvoltarea lui (de la angajații companiilor, la membrii ONG-ului, autorități și reprezentanți locali). Și este obligatoriu să existe o comunicare transparentă și o raportare de activitate completă.

Vi se solicită rapoarte din partea companiilor care vă susțin?

OvR: Indiferent dacă sunt sau nu solicitate, OvidiuRo furnizează rapoarte pentru toate activitățile pe care le desfășoară. Trimitem un raport semestrial și de asemenea un raport anual oficial către fiecare dintre investorii majori și chiar către donatorii individuali. Preferăm să fim flexibili și să nu adoptăm un format anume. Nu mă dau în vânt după genul ăsta de rapoarte, consumă timp și de multe ori nu se știe dacă le-a citit cineva. Reprezintă, practice, un exercițiu birocratic. Dar evident, dacă vrei să primești în continuare fonduri din partea corporațiilor, trebuie să le explici cum ai folosit banii. În cadrul unui parteneriat CSR este important să poți împărtăși problemele și provocările, dar și succesele. Acesta este motivul pentru care ne dorim ca cei din conducerea companiilor care ne susțin să participe la întâlnirile Consiliului nostru Consultativ. Scopul pe termen lung al OvidiuRo este acela de a determina autoritățile guvernamentale să adopte metodologia pe care o folosim în cadrul programului Fiecare Copil în Grădiniță pentru fiecare comunitate din România unde există problema abandonului școlar.

Ne-am stabilit ca termen-limită anul 2020, dar sper că acest lucru să se întâmple mai devreme.

Solicitați rapoarte din partea ONG-urilor pe care le susțineți?

Rompetrol: Da, solicităm rapoarte. Rapoartele nu sunt exerciții birocratice, ci o modalitate de a arăta transparența și de a construi încrederea. Evident, vrem să știm că banii noștri sunt cheltuiți într-un mod eficient, în folosul comunității. ONG-urile care prezintă rapoarte anuale au mai multe șanse să atragă sponsori și parteneri pe termen lung. La fel cum companiile își publică rezultatele trimestriale și anuale, așa ar trebui să procedeze și ONG-urile. Acest lucru face diferența între o organizație care are o strategie, își ia angajamente, are rezultate și o asociație care nu și-a găsit încă drumul. Noi preferăm să cooperăm cu organizațiile care ne trimit, din proprie inițiativă, rapoarte de activitate. Dacă nu știu cum să le redacteze, suntem flexibili și dispuși să-i ajutăm oferindu-le consultanță în alegerea unui model de raportare.

Ce înseamnă mai exact Fiecare Copil în Grădiniță? și de ce grădiniță și nu școală?

OvR: Aceasta este numele unicului nostru program și al metodologiei pe care o folosim pentru a ajuta copiii săraci să meargă la grădiniță cât mai devreme posibil. Noi nu avem o serie întreagă de programe, facem un singur lucru și cred că îl facem foarte bine. Prin programul Fiecare Copil în Grădiniță ajutăm comunitățile locale să recruteze copiii cu risc de abandon școlar și să-i aducă la grădiniță încă de la vârsta de 3 ani. De asemenea, oferim părinților săraci un stimulent financiar - tichete sociale condiționate de prezența zilnică a copiilor la grădiniță. Vă vine sau nu să credeți, această sumă mică schimbă în bine comportamentul părinților pe termen lung. Atât sunt de săraci. În Statele Unite avem un termen pentru asta - „dirt poor” (în traducere: sărac lipit pământului). În luna decembrie 2011, 89% dintre cei 1400 de copii înscriși în programul nostru au primit tichete sociale pentru prezență zilnică la grădiniță. Această rată de prezență n-a mai fost atinsă până acum în aceste comunități.

S-a demonstrat că programele educaționale eficiente destinate educației timpurii au redus rata abandonului școlar și chiar a infraționalității. Dacă nu primesc niciun fel de educație până la vârsta de 6, 7 sau 8 ani, copiii nu mai recuperează niciodată acest decalaj față de colegii lor mai norocoși. Sunt pierduți! Și nu cred că România își permite să piardă pe acești copii. Cum spun și spoturile noastre sociale: Cine ne va plăti pensiile în 20 de ani?”

Niciuna dintre intervențiile educaționale tipice - after-school, școli de vară, programe pentru minorități, instruire profesională pentru adulți - nu contează foarte mult dacă evoluția intelectuală le-a fost alterată în timpul copilăriei.

Fiecare Copil în Grădiniță își propune, de asemenea, să schimbe și comportamentul (obișnuința) părinților. Întâi, părinții deprind obiceiul de a-și trimite copiii la grădiniță în fiecare zi. Apoi, când copiii merg în clasă întâi, descoperim că prezența lor continuă să fie bună. Și frecvența fraților mai mari este influențată, chiar dacă aceștia nu primesc tichete sociale. Se pare că dacă ajungi să-l trimiți pe cel mic la grădiniță, fârșești prin a-ți trimite toți copiii la școală.

De ce este compania Rompetrol preocupată de educația timpurie?

Rompetrol: Educația (știința) este una dintre cele șase principii (nominalizate de profesorul Niall Ferguson de la Universitatea Harvard, alături de competiție, democrație, medicină, consumerism și etica muncii) care determină evoluția socială. Eșecul în aceste domenii duce la eșecul națiunii. Educația timpurie îi ajută pe copii să se dezvolte intelectual ca indivizi cu țeluri și aspirații, oferindu-le capacitatea de a-și alege singuri drumul în viață. Există nenumărate studii referitoare la beneficiile educației timpurii, chiar și asupra reducerii ratei infracționalității.

Compania noastră este o familie foarte mare, cu peste 7000 de angajați. Evident, suntem direct interesați de educația copiilor noștri, de instruirea angajaților și dezvoltarea de programe educaționale pentru membrii comunităților în care activăm. Oamenii educați schimbă societatea și generează evoluția ei; este deci în interesul nostru să-i sprijinim pe copiii din comunitățile sărace să meargă la școală, să-i integrăm în comunitate și să-i ajutăm să-și găsească drumul în viață. Educația înseamnă, de asemenea, schimbarea unor obiceiuri, deschiderea către noi perspective și aducerea celor de pe margine către centru.

Există ceva care vă deranjează la finanțatori?

OvR: Da. Foarte mulți dintre aceștia decid care sunt organizațiile pe care le vor sprijini și apoi se răzgândesc. Sau oferă sume mai mici unui număr mai mare de organizații. Acesta este un mod ineficient de a direcționa eforturile de CSR. OvidiuRo răspunde unui număr foarte mic de "solicitări de propuneri de proiecte" pentru că ne distrage de la scopul nostru principal și anume să aducem fiecare copil sărac din România la grădiniță. Uneori aceste "solicitări" există doar pentru a face pe plac unei comisii care așteaptă undeva departe, într-un birou din afara României. Scopul nostru nu este să ne dezvoltăm, ci să rezolvăm o problemă socială.

Noi le cerem finanțatorilor să ne sprijine pentru a continua să facem ce știm noi mai bine, să solicite rezultatele și să continue colaborarea dacă sunt mulțumiți de ele. Directorii de ONG-uri dedică deseori foarte mult timp eforturilor de fundraising în detrimentul calității și al impactului programelor - pentru că finanțatorii par să aibă obiceiul de a-și schimba frecvent partenerii. Am o recomandare pentru directorii generali și directorii de CSR: faceți tot ceea ce este necesar pentru alegerea unei organizații pe care să o sprijiniți, monitorizați-i cu atenție activitatea și, dacă rezultatele sunt pozitive, continuați parteneriatul cu ea.

Există ceva care vă deranjează la organizațiile care vă solicită fonduri?

Rompetrol: Primim numeroase solicitări de finanțare. Din păcate, unele organizații sau persoane nu știu să ceară finanțare într-o manieră eficientă. Sau nu verifică domeniile de interes ale companiei (în cazul nostru - sănătate, mediu, educație/cultură). Unii ne spun: "Puteți contribui cu orice sumă considerați" fără să-și dea seama că această solicitare ambiguă ne poate face să credem că proiectul în sine este ambiguu, iar investiția, una nesigură. De exemplu, noi facem planificarea și bugetul de CSR în toamna anului în curs pentru anul următor. Odată ce am agreeat parteneriatele, nu putem să divizăm bugetul pentru a aloca fonduri în alte direcții, doar de dragul vizibilității sau din alte motive. Respectăm planurile noastre initiale. De aceea, le recomandăm ONG-urilor sau celor care ne solicită fonduri să vina cu un

plan pentru a sustine ideea lor, impreună cu o strategie, un calendar, o analiză a punctelor tari și a celor slabe, să poată oferi informații când le sunt solicitate și să înainteze din timp propunerea de colaborare, nu cu o zi sau o săptămână înainte de începerea proiectului.

Ați fost surprinși când asociația pe care o conduceți a primit Premiul Întai la categoria Educație în cadrul Galei Societății Civile din acest an?

OVR: Am fost foarte surprinsă și încântată că, din toate programele educaționale înscrise în competiție în acest an, juriul l-a selectat pe-al nostru.

Acest lucru demonstrează că educația timpurie începe în sfârșit să fie recunoscută ca fiind o parte importantă din educația formală. Sunt foarte bucuroasă că liderii de opinie din România sprijină acest demers și mi-aș dori ca și autoritățile guvernamentale să facă același lucru. Ei susțin verbal educația timpurie, dar nu finanțează inițiativele din domeniu. Companii precum Rompetrol sunt cu mult înaintea Guvernului din punctul acesta de vedere, pentru că tendința lor este de a gândi pe termen lung, ceea ce politicienii, în marea parte, nu fac. Companiile își arată interesul față de forța de muncă de peste 20 de ani.

Alexey Golovin ocupă din 2011 funcția de Director Marketing și Comunicare al Rompetrol Group, după doi ani de coordonare a departamentului Guvernanta Corporativa. Alexey este absolvent al Facultății de Drept și detine un MBA în management financiar.

Leslie Hawke a venit în România din New York, ca voluntar Peace Corps pentru Fundația de Sprijin Comunitar din Bacău. În 2004 a fondat Asociația OvidiuRo împreună cu Maria Gheorghiu, profesor cu o vastă experiență pedagogică. După câțiva ani în care au conceput programe sociale pentru copiii săraci și mamele acestora, au tras linie și au ajuns la concluzia că, dacă nu merg la grădiniță, copiii din medii dezavantajate nu vor face față cerințelor școlii. Așa s-a născut programul Fiecare Copil în Grădiniță prin care 1400 de copii săraci merg zilnic la grădiniță în 38 de grădinițe din 12 județe. Astfel, copiii vor fi mai bine pregătiți pentru clasa întâi și mai puțin expuși riscului de abandon școlar. Scopul pe termen lung al Asociației OvidiuRo este de a face din programul Fiecare Copil în Grădiniță o politică publică până în anul 2020.

Asociația dumneavoastră a fost sprijinită de Rompetrol încă din 2004. Cum a început această colaborare?

OvR: Împreună cu Maria Gheorghiu, cu care am fondat asociația, l-am întâlnit pe Phil Stephenson deputy CEO la un eveniment organizat de Camera de Comerț Americană în vara anului 2004. Părea foarte interesat de activitatea noastră, aceea de a-i ajuta pe copiii săraci de toate vârstele din Bacău și din Sectorul 5 al capitalei să meargă la școală sau, dacă au abandonat, să se întoarcă la școală. El a fost cel care ne-a spus că Rompetrol își lansează propria fundație și ne-a invitat să depunem o propunere de proiect. Cred că grantul inițial a fost de 10.000 de dolari, dar a crescut în fiecare an, puțin câte puțin. Astăzi, Rompetrol este unul dintre cei mai mari susținători OvidiuRo care fac parte din sectorul corporativ. Desigur, când compania a fost vândută, în 2007, ne-am îngrijorat că noua conducere nu va mai fi la fel de dispusă să susțină educația din România. Dar Sadoukhas Meraliyev (CEO la acea vreme) cu care am avut o întâlnire, a fost foarte deschis și interesat să ne sprijine în continuare. Chiar a adus un grup mare de directori executivi la ediția a VI-a a Balului de Caritate de Halloween, din anul

2010.

Care este motivația Rompetrol de a continua un program care a fost inițiat sub o conducere diferit

ă
?

Rompetrol: După cum știți, KazMunayGaz (KMG) a devenit în 2007 acționarul majoritar al Grupului Rompetrol, achiziționând 75% din acțiuni. Din 2009 este unic acționar. În România, intenția noastră nu este doar aceea de a consolida afacerea, de a investi și de a ne extinde operațiunile, ci și de a dezvolta o strategie de CSR pe termen lung care să răspundă nevoilor partenerilor noștri, comunitățile locale. Astfel, în 2009 a fost creată platforma de responsabilitate socială “

Energia vine din inimă

”

, iar parteneriatul cu Asocia

Ț

ia OvidiuRo, care ne este foarte drag, face parte din această platformă. Într-adevăr, sprijinim asociația încă din 2004; din 2007, o dată cu instalarea noului management, principalul nostru scop a fost acela de a contribui în mod semnificativ la dezvoltarea societății, iar acest lucru este posibil prin continuarea parteneriatelor deja existente și dezvoltarea unora noi (cu SMURD, Gala Societății Civile, prin programul “

Î

mpreun

ă

pentru fiecare

”

, etc). Strict legat de OvidiuRo, am fost foarte impresionați de determinarea

Ș

î efortul lor de

a contribui la

schimbarea

Î

n bine în domeniul educației. Angajamentul pe care și l-au luat pe termen lung (peste 1400 de copii merg la grădiniță în 2012, cu sprijinul lor) demonstrează că sunt o organizație serioasă care se adresează nevoilor generațiilor prezente și viitoare care trăiesc sub pragul sărăciei.

Ce presupune pentru un ONG un parteneriat de succes în domeniul CSR?

OvR: Comunicarea bidirecțională! Rompetrol a răspuns întotdeauna nevoilor Asociației OvidiuRo. De exemplu, acum câțiva ani, a trebuit să organizăm Ateliere de Vară în peste 30 de comunități din toată țara. Aveam o Dacia veche și un Clio, dar na trebuiau mașini mai rezistente pentru ca trainerii noștri să poată vizita comunitățile cele mai îndepărtate fără teama că mașinile s-ar putea strica pe drum. Rompetrol ne-a împrumutat un automobil pe perioada verii și ne-a dat, în plus, mai multe bonuri de benzină. A fost incredibil, ne-scos dintr-o situație

grea! De asemenea cred că este foarte important ca finanțatorii să viziteze comunitățile care fac parte din programele pe care le sprijină. Știu că este mai ușor de zis decât de făcut dat fiind programul încărcat al tuturor. De aceea, țin să precizez eforturile pe care cei de la Rompetrol le-au făcut în acest sens. Gavit Kurkimov Vice-Presedinte Dezvoltare Afaceri a participat la întâlnirea membrilor Consiliului Consultativ al OvR din 2011 și a cunoscut o parte dintre partenerii noștri locali, primari, directori de școli și profesori. Iar Costinela Drăgan, coordonator CSR, a vizitat

În acest an comunitatea din Castelu cu ocazia evenimentului "Ziua Porților Deschise" pe care l-am organizat acolo de Ziua Copilului, pe 1 iunie. Implicarea personală le oferim celor care iau deciziile de finanțare o idee mai bună asupra necesității sprijinului lor și îi face pe profesori și pe reprezentanții autorităților locale să se simtă apreciați.

Ce presupune, pentru o companie, un parteneriat de succes în domeniul CSR?

Rompetrol: CSR-ul este o componentă importantă a unei afaceri sustenabile. Acest lucru presupune ca un parteneriat dezvoltat împreună cu un ONG să genereze profit, valoare adăugată pentru comunitate, în sensul dezvoltării condițiilor de viață ale beneficiarilor într-o manieră vizibilă, pe termen lung. Avem o abordare orientată către profitul comunității pentru fiecare dintre proiectele noastre. Pentru a fi eligibile, proiectele trebuie să-și definească foarte clar obiectivele, bugetul, calendarul implementării propriu-zise, analiza riscurilor și a oportunităților și un plan pentru menținerea rezultatelor pe viitor. Este foarte important ca toți cei implicați în proiect să fie atrași și implicați în dezvoltarea lui (de la angajații companiilor, la membrii ONG-ului, autorități și reprezentanți locali). Și este obligatoriu să existe o comunicare transparentă și o raportare de activitate completă.

Vi se solicită rapoarte din partea companiilor care vă susțin?

OVR: Indiferent dacă sunt sau nu solicitate, OvidiuRo furnizează rapoarte pentru toate activitățile pe care le desfășoară. Trimitem un raport semestrial și de asemenea un raport anual oficial către fiecare dintre investorii majori și chiar către donatorii individuali. Preferăm să fim flexibili și să nu adoptăm un format anume. Nu mă dau în vânt după genul ăsta de rapoarte, consumă timp și de multe ori nu se știe dacă le-a citit cineva. Reprezintă, practice, un exercițiu birocratic. Dar evident, dacă vrei să primești în continuare fonduri din partea corporațiilor, trebuie să le explici cum ai folosit banii. În cadrul unui parteneriat CSR este important să poți împărtăși problemele și provocările, dar și succesele. Acesta este motivul pentru care ne dorim ca cei din conducerea companiilor care ne susțin să participe la întâlnirile Consiliului nostru Consultativ. Scopul pe termen lung al OvidiuRo este acela de a determina autoritățile guvernamentale să adopte metodologia pe care o folosim în cadrul programului **Fiecare Copil în Grădiniță** pentru fiecare comunitate din România unde există problema abandonului școlar. Ne-am stabilit ca termen-limită anul 2020, dar sper că acest lucru să se întâmple mai devreme.

Solicitați rapoarte din partea ONG-urilor pe care le susțineți?

Rompetrol: Da, solicităm rapoarte. Rapoartele nu sunt exerciții birocratice, ci o modalitate de a arăta transparența și de a construi încrederea. Evident,

vrem să știm că banii noștri sunt cheltuiți într-un mod eficient, în folosul comunității. ONG-urile care prezintă rapoarte anuale au mai multe șanse să atragă sponsori și parteneri pe termen lung. La fel cum companiile își publică rezultatele trimestriale și anuale, așa ar trebui să procedeze și ONG-urile. Acest lucru face diferența între o organizație care are o strategie, își ia angajamente, are rezultate și o asociație care nu și-a găsit încă drumul. Noi preferăm să cooperăm cu organizațiile care ne trimit, din proprie inițiativă, rapoarte de activitate. Dacă nu știu cum să le redacteze, suntem flexibili și dispuși să-i ajutăm oferindu-le consultanță în alegerea unui model de raportare.

Ce înseamnă mai exact *Fiecare Copil în Grădiniță*? și de ce grădiniță și nu școală?

OvR: Aceasta este numele unicului nostru program și al metodologiei pe care o folosim pentru a ajuta copiii săraci să meargă la grădiniță cât mai devreme posibil. Noi nu avem o serie întreagă de programe, facem un singur lucru și cred că îl facem foarte bine. Prin programul

Fiecare Copil în

Gradini

ță

ajutăm comunitățile locale să recruteze copiii cu risc de abandon școlar și să-i aducă la grădiniță încă de la vârsta de 3 ani. De asemenea, oferim părinților săraci un stimulent financiar - tichete sociale condiționate de prezența zilnică a copiilor la grădiniță. Vă vine sau nu să credeți, această sumă mică schimbă în bine comportamentul părinților pe termen lung. Atât sunt de s

ă

raci.

Î

n Statele Unite avem un termen pentru asta - „dirt poor

”

(

î

n traducere: sărac lipit pământului

”

).

În luna decembrie 2011, 89% dintre cei 1400 de copii înscriși în programul nostru au primit tichete sociale pentru prezență zilnică la grădiniță. Această rată de prezență n-a mai fost atinsă până acum în aceste comunități.

S-a demonstrat că programele educaționale eficiente destinate educației timpurii au redus rata abandonului școlar și chiar a infraționalității. Dacă nu primesc niciun fel de educație până la vârsta de 6, 7 sau 8 ani, copiii nu mai recuperează niciodată acest decalaj față de colegii lor mai norocoși. Sunt pierduți! Și nu cred că România își permite să piardă pe acești copii. Cum spun și spoturile noastre sociale: Cine ne va plăti pensiile în 20 de ani?"

Niciuna dintre intervențiile educaționale tipice - after-school, școli de vară, programe pentru minorități, instruire profesională pentru adulți - nu contează foarte mult dacă evoluția intelectuală le-a fost alterată în timpul copilăriei.

Fiecare Copil în Grădiniță își propune, de asemenea, să schimbe și comportamentul (obișnuința) părinților. Întâi, părinții deprind obiceiul de a-și trimite copiii la grădiniță în fiecare zi. Apoi, când copiii merg în clasă întâi, descoperim că prezența lor continuă să fie bună. Și frecvența fraților mai mari este influențată, chiar dacă aceștia nu primesc tichete sociale. Se pare că dacă ajungi să-l trimiți pe cel mic la grădiniță, fârșești prin a-ți trimite toți copiii la școală.

De ce este compania Rompetrol preocupată de educația timpurie?

Rompetrol: Educația (știința) este una dintre cele șase principii (nominalizate de profesorul Niall Ferguson de la Universitatea Harvard, alături de competiție, democrație, medicină, consumerism și etica muncii) care determină evoluția socială. Eșecul în aceste domenii duce la eșecul națiunii. Educația timpurie îi ajută pe copii să se dezvolte intelectual ca indivizi cu țeluri și aspirații, oferindu-le capacitatea de a-și alege singuri drumul în viață. Există nenumărate studii referitoare la beneficiile educației timpurii, chiar și asupra reducerii ratelor de infracționare și criminalității.

Compania noastră este o familie foarte mare, cu peste 7000 de angajați. Evident, suntem direct interesați de educația copiilor noștri, de instruirea angajaților și dezvoltarea de programe educaționale pentru membrii comunităților în care activăm. Oamenii educați schimbă societatea și generează evoluția ei; este deci în interesul nostru să-i sprijinim pe copiii din comunitățile

sărace să meargă la școală, să-i integrăm în comunitate și să-i ajutăm să-și găsească drumul în viață. Educația înseamnă, de asemenea, schimbarea unor obiceiuri, deschiderea către noi perspective și aducerea celor de pe margine către centru.

Există ceva care vă deranjează la finanțatori?

OvR: Da. Foarte mulți dintre aceștia decid care sunt organizațiile pe care le vor sprijini și apoi se răzgândesc. Sau oferă sume mai mici unui număr mai mare de organizații. Acesta este un mod ineficient de a direcționa eforturile de CSR. OvidiuRo răspunde unui număr foarte mic de “solicitări de propuneri de proiecte ” pentru că ne distrage de la scopul nostru principal și

anume s
ă
aducem fiecare copil s
ă
rac din Rom
â
nia la gr
ă
dini
ță

. Uneori aceste “solicitări” există doar pentru a face pe plac unei comisii care așteaptă undeva departe, într-un birou din afara României. Scopul nostru nu este să ne dezvoltăm, ci să rezolvăm o problemă socială.

Noi le cerem finanțatorilor să ne sprijine pentru a continua să facem ce știm noi mai bine, să solicite rezultatele și să continue colaborarea dacă sunt mulțumiți de ele. Directorii de ONG-uri

dedică deseori foarte mult timp eforturilor de fundraising în detrimentul calității și al impactului programelor

pentru c

ă

finan

ț

atorii p

a

r s

ă

aib

ă

obiceiul de a-și schimba frecvent partenerii. Am o recomandare pentru directorii generali și directorii de CSR: faceți tot ceea ce este necesar pentru alegerea unei organizații pe care să o sprijiniți, monitorizați-i cu atenție activitatea și, dacă rezultatele sunt pozitive, continuați parteneriatul cu ea.

Există ceva care vă deranjează la organizațiile care vă solicită fonduri?

Rompetrol: Primim numeroase solicitări de finanțare. Din păcate, unele organizații sau persoane nu știu să ceară finanțare într-o manieră eficientă. Sau nu verifică domeniile de interes ale companiei (în cazul nostru - sănătate, mediu, educație/cultură). Unii ne spun: "Puteți contribui cu orice sumă considerati" fără să-și dea seama că această solicitare ambiguă ne poate face să credem că proiectul în sine este ambiguu, iar investiția, una nesigură. De exemplu, noi facem planificarea și bugetul de CSR în toamna anului în curs pentru anul următor. Odată ce am agreat parteneriatele, nu putem să divizăm bugetul pentru a aloca fonduri în alte direcții, doar de dragul vizibilității sau din alte motive. Respectăm planurile noastre initiale. De aceea, le recomandam ONG-urilor sau celor care ne solicită fonduri să vina cu un plan pentru a sustine ideea lor, împreună cu o strategie, un calendar, o analiză a punctelor tari și a celor slabe, să poată oferi informații când le sunt solicitate și să înainteze din timp propunerea de colaborare, nu cu o zi sau o săptămână înainte de începerea proiectului.

Ați fost surprinși când asociația pe care o conduceți a primit Premiul Întai la categoria Educație în cadrul Galei Societății Civile din acest an?

OVR: Am fost foarte surprinsă și încântată că, din toate programele educaționale înscrise în competiție în acest an, juriul l-a selectat pe-al nostru.

Acest lucru demonstrează că educația timpurie începe în sfârșit să fie recunoscută ca fiind o parte importantă din educația formală. Sunt foarte bucuroasă că liderii de opinie din România sprijină acest demers și mi-aș dori ca și autoritățile guvernamentale să facă același lucru. Ei susțin verbal educația timpurie, dar nu finanțează inițiativele din domeniu. Companii precum Rompetrol sunt cu mult înaintea Guvernului din punctul acesta de vedere, pentru că tendința lor este de a gândi pe termen lung, ceea ce politicienii, în marea parte, nu fac. Companiile își arată interesul față de forța de muncă de peste 20 de ani.