

Scris de Laura Sgârcitu  
Duminica, 09 Mai 2010 18:46

---



*Cred foarte mult în voluntariat, iar mesajul meu este acela că voluntariatul poate fi o sursă de distracție, un mod de educare, un mod de a nu fi singur, dar este cu siguranță și un lucru care îi ajută pe ceilalți și te ajută și pe tine. Eu vreau să încurajez pe toată lumea să facă voluntariat, deoarece cred că e o expresie a civilității în lumea în care trăim. Trebuie să reinventăm legătura cu natura și cu oamenii din jurul nostru! (Laura Sgârcitu)*

### **Responsabilitatea socială corporatistă este astăzi îndelung discutată, analizată și pe alocuri controversată. Dând timpul înapoi, când și cum a început implementarea unei politici de CSR în cadrul Coca-Cola HBC România?**

În primul rând, trebuie spus faptul că Grupul Coca-Cola Hellenic s-a format în 2000, deci de atunci putem vorbi de responsabilitate socială în cadrul companiei noastre. Coca-Cola a venit însă în România în 1991, iar direcțiile de CSR despre care vorbim acum s-au aglutinat în timp. La început erau proiecte comunitare, care au căpătat pe parcurs o direcție strategică.

### **Care sunt programele pe care v-ați axat la început?**

Țin minte că la început, când am venit la Coca-Cola, erau programele de Crăciun, programele de caritate de la Operă, un program numit Magia Cărții și alte proiecte de educație. În prezent, mergem pe direcții strategice: protecția resurselor de apă, economisirea energiei pentru prevenirea schimbărilor climatice și reducerea deșeurilor.

### **Coca-Cola HBC numără astăzi 1.900 de angajați în România. Cum reușiți să vă asigurați că politicile de CSR sunt înțelese de toți aceștia în același fel?**

Avem o platformă dedicată de comunicare internă, dar, mai mult decât atât, îi implicăm în programele noastre. Pe data de 7 mai îi vom duce la Negrișoara, unde vom realiza un proiect de ecologizare împreună cu angajații. Angajații noștri vor curăța o porțiune din albia de râu, iar alături de voluntarii Tăsuleasa Social, organizație din zonă cu care lucrăm, încercăm să găsim o soluție pentru ca zona respectivă să nu se mai polueze. Ne dorim să nu mai fie nevoie să mergem în fiecare an să curățăm zona respectivă, fiindcă acest lucru nu este sustenabil. Astfel, încercăm să realizăm parteneriate cu autoritățile, cu un colector local, să informăm comunitatea locală etc ...

### **Sunt angajații implicați în procesul de propunere de proiecte sau chiar la nivel decizional?**

Da, ei pot propune proiecte, însă trebuie să ținem cont de direcțiile pe care Grupul le trasează. Avem parteneri strategici și avem comunități cărora ne adresăm direct. Angajații se implică însă și în proiecte mai mici. De exemplu, aceștia și-au trimis copiii la Tăsuleasa, ca să facă voluntariat alături de copiii din zonă.

**La nivel global, Coca-Cola Hellenic și-a propus să reducă valoarea emisiilor de CO2 cu 20% până în 2020. Care sunt planurile business-ului local din această perspectivă?**

Da, este vorba de o promisiune a Grupului făcută în fața Uniunii Europene. În România s-a inaugurat deja o centrală de cogenerare la Ploiești și este în construcție cea de la Timișoara. Acesta este un proiect de dezvoltare durabilă care ține de interiorul afacerii. 20 de astfel de centrale vor fi construite în Europa. Cea din România a fost prima și a mai existat un pilot în Ungaria, unde reducerea de CO2 în primul an a fost de 43%. Pentru România nu avem încă rezultate cuantificabile, deoarece suntem abia la început. Ne așteptăm însă ca rezultatele să fie similare.

**Coca-Cola este unul dintre cele mai cunoscute branduri din întreaga lume. Totuși, compania a fost adesea boicotată de ONG-uri din cauza nivelului crescut de zahăr din produse. Desfășurați în prezent sau planificați să desfășurați programe de diminuare a impactului negativ al produselor asupra sănătății consumatorilor?**

De ani de zile dezvoltăm o gamă foarte variată de băuturi, tocmai pentru ca fiecare consumator să aibă posibilitatea de a alege. Acum, fiecare consumator alege în funcție de ceea ce consideră că i se potrivește. Mai mult decât atât, ne-am făcut datoria de a ne informa consumatorii, fiind unii dintre inițiatorii etichetei nutriționale. Apoi, ne-am autoreglementat, astfel încât nu vindem băuturi răcoritoare în școli și nu facem marketing adresat copiilor cu vârste sub 12 ani. Mai mult, desfășurăm programe de încurajare a mișcării și a unui stil de viață activ.

Problema este că stilul de viață s-a schimbat. Dacă acum 100 de ani lucram la câmp și aveam un consum energetic mare, acum stăm toată ziua în fața calculatorului și drumul pe care îl facem este de la frigider la calculator. Noi producem pentru toată lumea, însă fiecare trebuie să știe pentru el ce i se potrivește ca stil de viață!

**Coca-Cola Hellenic publică un raport de CSR la nivel global. Planificați să realizați și unul local?**

Probabil că o să încercăm ca de la anul să publicăm un raport și în România. În general, noi am fost transparenți, însă până acum raportarea s-a făcut la nivel de Grup, fiind o companie listată la bursă.

**Cum gestionați dialogul cu stakeholderii și ce instrumente folosiți?**

În privința autorităților centrale și agențiilor guvernamentale, derulăm proiecte de conservare a resurselor de apă și de gestionare a deșeurilor. Proiectul Bicicleta Roșie de anul trecut a fost dezvoltat în colaborare cu Primăria Capitalei.

Clienții noștri sunt de asemenea foarte importanți, iar de-a lungul timpului am încercat să îi ajutăm să dezvolte o afacere, nu doar să vândă băuturi răcoritoare.

Pentru angajați avem programe, precum Eco&Safety Driving. Acesta a fost un proiect prin care am învățat forța noastră de vânzări să conducă mașinile în condiții perfecte de siguranță pentru

Scris de Laura Sgârcitu  
Duminica, 09 Mai 2010 18:46

---

ei, dar și pentru mediu.

Cu furnizorii lucrăm în funcție de anumite principii comune pe care trebuie să le respectăm, precum nediscriminarea la locul de muncă, drepturile omului, interzicerea muncii prestate de către copii etc.

În privința autorităților locale, avem programe dedicate. Programul cu Națiunile Unite pentru Dezvoltare (UNDP) a constat într-un program de training cu autoritatea locală în zona Dorna-Cândreni, iar anul trecut comunitatea a accesat de la UE, în urma acestor traininguri, 2,5 mil. euro pentru o stație de epurare a apei și un sistem de canalizare.

Tot acolo în zonă am derulat programe pentru comunitatea locală - am făcut peste 250 de ore de training cu voluntari din zonă și din nouă orașe, într-un parteneriat cu Tășuleasa Social și MaiMultVerde. Orele de pregătire s-au finalizat cu plantarea a 32.500 de copaci și curățarea a 450 km de albie de râu. Dar, mai important decât atât este faptul că au fost ore de pregătire despre ceea ce înseamnă societatea civilă, care sunt actorii ei, cum funcționează un ONG, ce este responsabilitatea socială a unei companii, cum funcționează legea voluntariatului etc. Astfel, noi zicem că am pregătit niște activiști de mediu, iar anul trecut 30 dintre acești copii au făcut singuri proiecte la ei în orașe, prin care au informat 8000 de copii cu privire la colectarea selectivă. Apoi, am lucrat cu Salvați Delta pe proiecte de lobby care au avut ca finalitate interzicerea pescuitului industrial în Deltă și adoptarea planului de urbanism al Deltei. Nu în ultimul rând, în 22 de școli dunărene este predat un obiect de studiu despre biodiversitatea Dunării – manualul Cartea Dunării Albastre, ca rezultat al parteneriatului internațional între Coca-Cola Hellenic și Comisia Internațională pentru Protecția Fluviului Dunărea (International Commission for the Protection of the Danube River - ICPDR) și implementat în România de MaiMultVerde.

### **Vorbeți mai devreme de ONG-uri. Ce criterii de selecție aveți în privința ONG-urilor cu care colaborați?**

În primul rând, acestea trebuie să vină cu proiecte care să aibă obiective clare, măsurabile și care să se înscrie în direcția noastră. Mai mult, acestea trebuie să se replice singure în comunitate, și nu să se finalizeze odată cu încheierea finanțării. Nu în ultimul rând, este important să aibă recomandări sau să fi făcut anterior proiecte care au avut rezultate.

### **Aveți o preferință pentru ONG-urile care vă dau posibilitatea de a vă implica angajații în acțiuni de voluntariat?**

Anul acesta ne-am propus să implicăm angajații în proiectele comune cu ONG-urile, însă avem o problemă de monitorizare, în sensul că nu știm exact care este mecanismul prin care putem să îi transportăm, câte ore să alocăm etc.

**Jeffrey Hollender, co-fondatorul Seventh Generation Inc. și o figură importantă a CSR-ului din SUA, a afirmat: "Social media este o lume pe care companiile fie o înțeleg, fie se lasă strivite de ea." Cum comentați acest citat din perspectiva responsabilității sociale Coca-Cola HBC?**

Scris de Laura Sgârcitu  
Duminica, 09 Mai 2010 18:46

---

În cazul proiectului „Viața după colectare” am dezvoltat o componentă a comunicării online. Și programul „Nu amesteca lucrurile” a avut o componentă online importantă, în care am avut un concurs online, iar utilizatorii erau încurajați să ghicească imaginile și vocile din reclame. Apoi, în „Verde 003” am avut un forum de discuții prin intermediul căruia oamenii făceau schimb de informații despre caravana care circula din oraș în oraș.

**Care considerați că a fost cel mai reușit program de CSR pe care l-ați implementat și de ce?**

Cred că este vorba de programul „Verde 003”, deoarece a adus foarte clar niște rezultate chiar și după ce nu am mai coordonat partea de implementare. Copiii au căpătat o deschidere foarte mare și știu că am reușit să creăm niște nuclee de societate civilă.

**Care credeți că este profilul ideal al unui CSR Manager?**

Cu siguranță trebuie să fie un om pasionat, deoarece CSR-ul este una pe hârtie, alta în practică. Eu, de pildă, am fost voluntar în toate proiectele noastre. Am mers pe teren, în vreme ce puteam foarte bine să stau liniștită la birou și să aștept să mi se livreze niște rezultate. CSR-ul trebuie să îl faci mai întâi cu tine!

Eu am o fată de 15 ani care este voluntar Tășuleasa Social și o văd cum s-a transformat într-un copil mult mai atent la ceea ce e în jurul său, are o altă deschidere și mai multă maturitate. Cred că nu suntem singuri, trăim cu toții în același mediu și trebuie să fim atenți la cum îi tratăm pe cei din jurul nostru și să vedem ce și cum aruncăm. Dacă nu te animă aceste lucruri, se poate face CSR pe hârtie, însă poveștile nu mai sunt atât de savuroase.

**Dar la nivel de abilități și background profesional, ce considerați că ar fi important?**

Cred că este important să te instruești în permanență în acest domeniu, deoarece întotdeauna apar lucruri noi, iar alții au o istorie mult mai lungă în spate. În ceea ce privește studiile, nu cred că trebuie să fie specifice, deoarece e vorba mai mult de autoeducare.

**Cum se desfășoară o zi de muncă obișnuită din viața d-voastră?**

Nu sunt foarte multe zile obișnuite la birou ... Anul, în schimb, începe cu luna noiembrie a anului trecut, când ne gândim ce programe vom face și realizăm o analiză a ceea ce a funcționat și ce nu. Apoi, până prin ianuarie-februarie, punem la punct proiectele, după care le implementăm.

---

**Laura Sgârcitu**, Specialist Relații Publice-Programe Comunitare Coca-Cola HBC România, este absolventă a Facultății de Chimie Industrială Gh. Asachi din Iași și a Academiei Internaționale pentru Studiul Religiiilor, București. Lucrează pentru Coca-Cola HBC România din 2003, ocupându-se succesiv de comunicare internă, relații cu mass-media, relații cu autorități, iar din 2007 de programe destinate comunității.

---

Scris de Laura Sgârcitu  
Duminica, 09 Mai 2010 18:46

---

*Interviu realizat de Rebeca Pop, Mai 2010. Copyright CSR Romania*