

# Raport anual de responsabilitate corporativă 2011



# Cuprins

<b>1. Cuvânt înainte</b>	<b>3</b>
<b>2. Reperetele anului 2011</b>	<b>5</b>
<b>3. Cine suntem</b>	<b>8</b>
3.1. Profilul organizației	9
3.2. Organizația noastră în cifre	11
3.3. Oamenii noștri	12
<b>4. Acționăm responsabil</b>	<b>16</b>
4.1. Metodologia utilizată în culegerea și interpretarea datelor	17
4.2. Guvernanța corporativă	18
4.3. Impactul în comunitate	23
4.3.1. Valoarea investiției Raiffeisen Bank în programe comunitare	23
4.3.2. Motivațiile care stau la baza implicării în comunitate	25
4.3.3. Cauzele susținute de Raiffeisen Bank în 2011	26
4.3.4. Acoperirea geografică	31
4.3.5. Resursele suplimentare atrase	32
4.3.6. Rezultate în comunitate	33
4.3.7. Rezultate în companie	38
<b>5. Concluzii</b>	<b>41</b>
Anexe:	
Anexa 1 - Index GRI	43
Anexa 2 - Parteneri	50
Anexa 3 - Contacte	51

## Cuvânt înainte



## Cuvânt înainte

*Pentru Raiffeisen Bank, o societate sustenabilă, în care generațiile viitoare să își poată atinge propriile obiective, este o societate în care există o preocupare constantă pentru un mediu mai curat, în care oamenii au un nivel crescut de educație generală și financiară și duc un stil de viață sănătos, în care cultura și arta sunt promovate.*

*Fiind o companie prezentă în peste 200 de comunități urbane mici, medii și mari din toate regiunile țării, care deservește aproape două milioane de clienți, Raiffeisen Bank reprezintă una dintre forțele cheie din comunitate. Acest fapt este un motiv în plus să ne asumăm constant responsabilitatea de a influența pozitiv comunitățile în care ne desfășurăm activitatea, căci scopul final al politicilor de responsabilitate socială este de a reacționa la contextul local și de a facilita schimbarea acestuia în sensul dezvoltării sustenabile.*

*Raportul anual<sup>1</sup> privind responsabilitatea corporativă își propune să pună la dispoziția tuturor celor interesați informații privind activitatea băncii dincolo de raportările financiare obligatorii. Pentru al treilea an consecutiv, raportul utilizează metodologia London Benchmarking Group (LBG)<sup>2</sup> în privința investițiilor în programe comunitare și, pentru al doilea an, modelul de raportare Global Reporting Initiative (GRI)<sup>3</sup> pentru indicatorii privind guvernarea corporativă și comportamentul economic și social al companiei.*

*În 2011 am extins raportarea pe indicatorii LBG, astfel încât să cuprindă și colectarea și interpretarea de date privind modul în care proiectele comunitare influențează compania. Acest instrument a permis băncii să afle felul în care relaționează cu unul dintre grupurile co-interesate, și anume angajații săi implicați în acțiuni de voluntariat. În ceea ce privește raportarea GRI, anul acesta am îmbunătățit mecanismele interne pentru monitorizarea și raportarea datelor și am extins lista indicatorilor raportați. În continuare ne menținem la un nivel autodeclarat "C" de raportare pe modelul GRI.*

*Pentru anul 2012 ne propunem să creștem eficiența intervenției în comunitate, să avem mai mulți angajați implicați în programele noastre comunitare ca voluntari. În inițiativele de eficientizare a proceselor operaționale vom urmări în mod special reducerea consumurilor, mai ales de hârtie și de combustibili. De asemenea, vom promova în rândul clienților noștri atât metode de economisire a energiei și protecție a mediului în activitatea de zi cu zi, cât și canalele electronice pentru tranzacțiile pe care le au de făcut prin intermediul băncii.*

Corina Vasile  
Direcția Comunicare și Relații Publice

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Corina Vasile', is placed below the printed name and title.

<sup>1</sup>) Datele analizate în acest raport se referă la anul calendaristic 2011. În cazul în care sunt date care depășesc acest interval, sunt făcute referiri specifice privind perioada de timp surprinsă în analiză. Informațiile prezentate în raport se referă la Raiffeisen Bank, cifre neconsolidate (fără a lua în calcul subsidiarele), iar informațiile financiare sunt conform standardelor IFRS.

<sup>2</sup>) London Benchmarking Group (LBG) este un standard internațional de raportare pentru activitatea de investiție în comunitate a corporațiilor. Standardul este implementat în România prin facilitatorul de față Asociația pentru Relații Comunitare. Detalii pe <http://lbg-romania.ro/>

<sup>3</sup>) Global Reporting Initiative (GRI) este un standard internațional de raportare care evaluează aspecte legate de guvernarea corporativă și responsabilitate socială și economică. Detalii pe <http://www.globalreporting.org>

# Reperetele anului 2011

**SPORT  
ARENA  
STREETBALL**



*Sport Arena Streetball, competiție de baschet de stradă  
peste 4.500 de jucători din 5 țări și 15.000 de spectatori*

## Reperetele anului 2011

### Ianuarie

- Raiffeisen Bank devine bancă participantă în cadrul programului "UE BERD Facilitate de Finanțare pentru Eficiența Energetică" prin contractarea unui credit de 10 milioane de euro de la Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare pentru finanțarea proiectelor de eficiență energetică durabilă acordată companiilor locale.

### Martie

- Raiffeisen Bank și Junior Achievement lansează **ABCdarul bancar** în licee din 34 de orașe. Acest program se adresează elevilor de liceu și a fost lansat de cei doi parteneri în anul 2009.
- Raiffeisen Bank și Asociația Green Revolution inaugurează la București a doua ediție a programului de bike-sharing gratuit **I'Velo**. Față de ediția precedentă, programul aduce o serie de noutăți precum posibilitatea rezervării prin internet a bicicletelor, închirierea și predarea bicicletelor printr-o metodă computerizată și organizarea de proiecte și evenimente dedicate utilizatorilor I'Velo.
- Raiffeisen Bank lansează Creditul pentru Eficiență Energetică, pe baza Acordului încheiat cu BERD, adresat finanțării investițiilor ce conduc la eficientizarea consumului energetic pentru companii.

### Aprilie

- **Raiffeisen Bank** și **FC Steaua** lansează un **card de debit co-brand** cu reduceri importante pentru toți suporterii clubului sportiv. Acesta este un program de marketing comunitar prin care banca donează 0,5% din valoarea tranzacțiilor efectuate cu cardul către Centrul de Copii și Juniori FC Steaua.

### Mai

- Raiffeisen Bank lansează platforma de dezbateri **raiffeisencomunitati.ro**, o premieră pentru sectorul bancar din România. Blogul le este deschis tuturor celor care vor să se implice în viața comunității, care vor să-și spună punctul de vedere despre soluțiile propuse și, în general, celor care cred în forța dezbaterii de calitate.
- Basmul „Ivan Turbincă” se joacă pe scena Teatrului ACT, într-un proiect susținut de Raiffeisen Bank, în cadrul **Raiffeisen Art Proiect**. După succesele cu spectacolele "Flori, filme, fete sau băieți", "Dumnezeul de a doua zi" și "Acasă la tata", Teatrul ACT și Raiffeisen Bank propun o serie de piese noi inspirate din poveștile lui Ion Creangă.
- Raiffeisen Bank susține, pentru al treilea an consecutiv, campionatul **Sport Arena Streetball**, în București.

### Iunie

- **Raiffeisen Bank** și **SMURD** lansează un **card de debit co-brand** sub sigla MasterCard. O parte importantă din taxele și comisioanele rezultate în urma utilizării acestui card sunt virate, lunar, în contul Fundației pentru SMURD.

### **Julie**

- Raiffeisen Bank lansează programul de granturi **Raiffeisen Comunități** – un program de finanțare a proiectelor locale de dimensiuni mici și medii în comunitățile în care Raiffeisen Bank își desfășoară activitatea. Este primul concurs online de proiecte susținut de o bancă din România, care își propune să sprijine atât financiar, cât și prin voluntariat și diseminare de cunoștințe ONG-urile cu cele mai bune proiecte pentru comunitățile locale.

### **August**

- Raiffeisen Bank lansează, în cadrul programului ‚Din prietenie‘ o nouă inițiativă - **„Descoperă orașul pe bicicletă!”**, prin care agențiile băncii incluse în proiect dispun de rasteluri cu locuri de parcare, precum și biciclete de închiriat gratis.

### **Septembrie**

- Raiffeisen Bank lansează primul site cu trasee turistice urbane care pot fi făcute pe două roți: **www.orasulpebicicleta.ro**, primul site de turism urban pe bicicletă.

### **Octombrie**

- Raiffeisen Bank susține, în calitate de sponsor principal, a patra ediție a **Maratonului Internațional București**, eveniment athletic de anvergură pentru amatori și profesioniști.
- Raiffeisen Bank lansează **ghiduri audio** cu trasee tematice pentru a fi parcurse pe bicicletă în cele 5 orașe în care există centre „I’Velo”, București, Iași, Brașov, Cluj și Constanța.
- Raiffeisen Bank și Green Revolution organizează în București primul pentatlon dedicat bicicliștilor - **I’Velo Bike Day**. Evenimentul marchează încheierea sezonului velo, dar și doi ani de existență „I’Velo” și 550.000 de utilizări ale bicicletelor Raiffeisen Bank în toată țara.

### **Noiembrie**

- Raiffeisen Bank este partener al festivalului de muzică de cameră **SoNoRo** care se desfășoară la București, Cluj și Iași, ajuns la cea de-a șasea ediție.

# Cine suntem?





### 3.1. Profilul organizației

Raiffeisen Bank este o bancă universală de top pe piața românească, oferind o gamă completă de produse și servicii de calitate superioară persoanelor fizice, IMM-urilor și corporațiilor mari, prin multiple canale de distribuție: unități bancare (543 în toată țara), rețele de ATM și EPOS, phone-banking (Raiffeisen Direct), Smart Mobile Banking și internet banking (Raiffeisen Online).

Raiffeisen Bank România a rezultat prin fuziunea, încheiată în iunie 2002, a celor două entități deținute de Grupul Raiffeisen în România: Raiffeisenbank (România), înființată în 1998 ca subsidiară a Grupului RZB, și Banca Agricolă Raiffeisen S.A., înființată în 2001, după preluarea băncii de stat Banca Agricolă de către grupul austriac.

Raiffeisen Bank deservește aproape 2 milioane de clienți, din care aproximativ 100.000 IMM-uri. Banca deține diferite unități specializate ca "agenții de retail" care se adresează persoanelor fizice și IMM-urilor. Pe segmentul corporatist, Raiffeisen Bank deservește peste 6.800 de companii cu o cifră anuală de afaceri ce depășește 5 milioane EUR, entități publice și instituții financiare. De asemenea, banca are reprezentanți în 8 centre regionale corporatiste, oferind clienților marele avantaj de a beneficia de soluții bancare adaptate cerințelor acestora în orice zonă a țării.

Raiffeisen Bank este numărul 1 pe piața cardurilor de credit din România și unul dintre jucătorii de top pe cea a cardurilor de debit, cu circa 1,8 milioane de carduri emise în total.

### Conducerea Raiffeisen Bank

#### Componenta Consiliului de Supraveghere (la 31 martie 2012)

**Herbert Stepic** – Președinte al Consiliului de Supraveghere

**Martin Grüll** – Membru

**Peter Lennkh** – Membru

**Răzvan Munteanu** - Membru

**Ileana-Anca Ioan** – Membru independent

#### Componenta Directoratului (la 31 martie 2012)

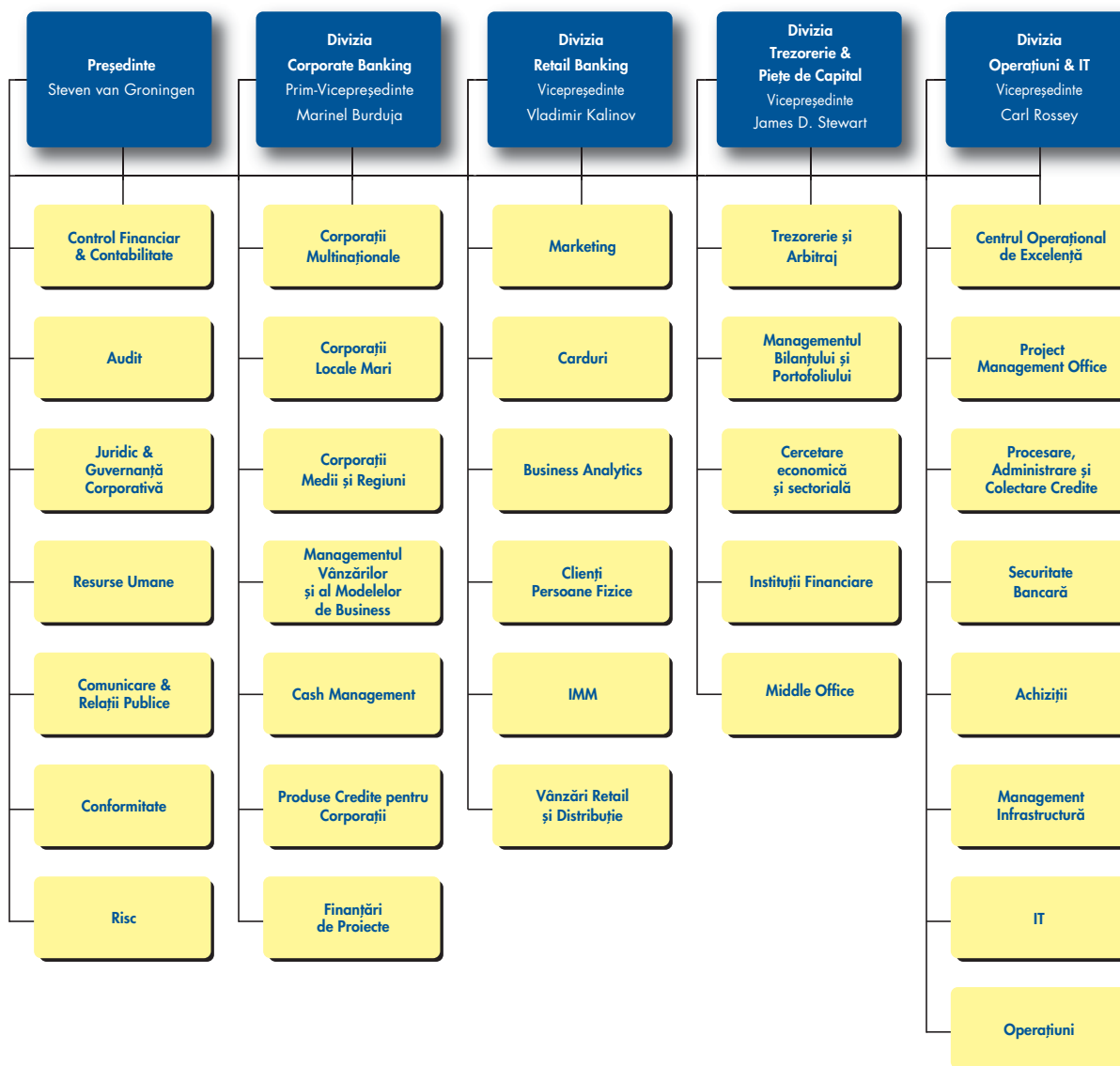
**Steven van Groningen** – Președinte

**Marinel Burduja** – Prim-Vicepreședinte, Divizia Corporate Banking

**Vladimir Kalinov** – Vicepreședinte, Divizia Retail Banking

**James D. Stewart, Jr.** – Vicepreședinte, Divizia Trezorerie și Piețe de Capital

### Structura Raiffeisen Bank la 31 martie 2012



### Subsidiarele Raiffeisen Bank

- Raiffeisen Asset Management România
- Raiffeisen Banca pentru Locuințe
- Raiffeisen Capital & Investment
- Raiffeisen Insurance Broker
- Raiffeisen Leasing

### 3.2. Organizația noastră în cifre

#### Principalii indicatori financiari Situații financiare consolidate conform IFRS/IAS

	2011*	2010*	Modificare procentuală
	EUR '000	EUR '000	
<b>Contul de profit și pierdere</b>			
Venit net din dobânzi	251.353	218.665	15%
Venit net din comisioane	146.122	164.392	-11%
Profit din tranzacționare	48.869	35.129	39%
Cheltuieli administrative	(287.546)	(288.947)	-0,5%
Profit/(pierdere) înainte de impozitare	119.417	106.510	12%
Profit/(pierdere) după impozitare, dar înainte de câștigul net din vânzarea activității întrerupte	100.919	91.189	11%
Profitul net al exercițiului financiar	100.919	91.189	11%
Acțiuni ordinare	12.000.000.000	11.962.586.385	0%
Câștiguri pe acțiune (în EUR/acțiune)	0,0084	0,0076	10%
<b>Bilanț</b>			
Credite și avansuri acordate băncilor (incluzând și plasamente la bănci)	163.046	145.105	12%
Credite și avansuri acordate clienților	3.436.358	2.920.516	18%
Depozite de la bănci	295.412	106.249	178%
Credite de la bănci	434.629	549.030	-21%
Depozite de la clienți	3.969.783	3.683.013	8%
Capitaluri proprii (inclusiv interese minoritare și profit)	626.205	567.689	10%
Total bilanț	5.619.559	5.179.632	8%
<b>Informații regulatorii</b>			
Active ponderate cu riscul, inclusiv riscul de piață	N/A	N/A	
Total fonduri proprii	N/A	N/A	
Total cerințe fonduri proprii	N/A	N/A	
Rata de acoperire a excedentului	N/A	N/A	
Rata capitalului de bază (Tier 1), inclusiv riscul de piață	N/A	N/A	
Rata fondurilor proprii	N/A	N/A	
<b>Indicatori de performanță</b>			
Rentabilitatea capitalurilor proprii (ROE) înainte de impozitare	20%	19,61%	2%
Rentabilitatea capitalurilor proprii (ROE) după impozitare	16,91%	16,79%	0%
Rata cost/venit	63,20%	65,27%	-3%
Rentabilitatea activelor (ROA) înainte de impozitare	2,21%	2,13%	4%
Rata risc/câștig	19,39%	23,06%	-16%
<b>Resurse</b>			
Număr angajați	6.882	6.880	
Unități bancare	543	540	

\*Conversie informativă, neauditată

mii RON	<b>2011</b>
<b>Valoare economică generată</b>	<b>1.723.576</b>
Venituri	1.723.576
<b>Valoare economică distribuită</b>	<b>1.453.073</b>
Costuri operaționale	695.471
Beneficii și salarii angajați	517.018
Plăți către acționari	155.514
Plăți către stat	78.960
Investiții comunitare	6.110
<b>Valoare economică reinvestită</b>	<b>270.503</b>

### 3.3. Oamenii noștri

Succesul Raiffeisen Bank este garantat și de faptul că instituția investește continuu în managementul performanței și în dezvoltarea angajaților săi.

#### Componența organizației

La sfârșitul anului 2011, Raiffeisen Bank avea 5.911 angajați, față de 6.099 în 2010. Media de vârstă a angajaților era de 35 de ani.

Tabelele de mai jos prezintă componența organizației pe categorii de:

#### a. Vârstă și gen

<b>Vârsta</b>	<b>Nr.</b>	<b>Gen</b>	<b>Nr.</b>
<30	1.995	Femei	4.352
30-50	3.227	Bărbați	1.559
>50	689		

#### b. Structura ierarhică și gen

Nr. femei	4.352
Nr. bărbați	1.559
Nr. femei poziții Board-1	28
Nr. femei poziții Board-2	104
Nr. femei în alte poziții manageriale	547

**c. Contract de angajare, regiune, gen**

		<b>Contract pe perioadă nedeterminată</b>	<b>Contract pe perioadă determinată</b>
<i>București</i>	<i>Femei</i>	1.654	136
	<i>Bărbați</i>	754	41
<i>Restul țării</i>	<i>Femei</i>	2.380	182
	<i>Bărbați</i>	710	54

**d. Numărul persoanelor nou angajate și al plecărilor, în funcție de gen și regiune**

		<b>Angajări noi</b>	<b>%</b>	<b>Plecări</b>	<b>%</b>
<i>București</i>	<i>Femei</i>	177	3,0	283	4,73
	<i>Bărbați</i>	85	1,4	146	2,44
<i>Restul țării</i>	<i>Femei</i>	198	3,3	222	3,71
	<i>Bărbați</i>	73	1,2	92	1,54

Politica băncii este de a angaja persoane care provin din comunitățile locale în care organizația își desfășoară activitatea, astfel încât atât compania cât și comunitatea să beneficieze de experiența locală. Rareori persoanele angajate provin din arii diferite, această situație fiind cauzată de absența personalului în piața locală.

**e. Numărul plecărilor, în funcție de vârstă și gen**

<b>Plecări ale angajaților cu vârste cuprinse între</b>	<b>20-29</b>	<b>30-39</b>	<b>40-49</b>	<b>50-59</b>	<b>&gt;60</b>	<b>Total</b>
	392	212	73	47	19	743
<i>Femei</i>						505
<i>Bărbați</i>						238

Angajații Raiffeisen Bank care decid să părăsească organizația respectă preavizul specificat de Codul Muncii, respectiv de 20 de zile. Pentru cazurile de concedieri, organizația oferă un preaviz de 20 de zile lucrătoare, posibilitatea de relocare în cadrul organizației pe posturile vacante existente, în funcție de pregătire, și salarii compensatorii, în funcție de vechimea în companie.

### *Compensații și beneficii*

La fel ca în anii anteriori, banca oferă angajaților pachete de beneficii ce includ: asigurare în caz de accidente și îmbolnăviri (conține acoperiri pentru o gamă largă de riscuri, inclusiv indemnizații pentru afecțiuni grave), cotizație din partea băncii pentru pensie privată facultativă, abonament la un centru medical privat, acces la o serie de produse de creditare în condiții preferențiale (numai pentru angajații cu normă întreagă), tichete de masă, între 23-25 de zile de concediu (față de cele 21 prevăzute prin lege), telefon de serviciu, mașină de serviciu pentru funcțiile manageriale, sistem de recompensare anuală în urma evaluării performanțelor, oferte speciale în magazine sau la diferite companii și alte beneficii prevăzute în Contractul Colectiv de Muncă.

Negocierile purtate de sindicatul angajaților Raiffeisen Bank se reflectă asupra tuturor angajaților, chiar dacă ei nu sunt membri de sindicat. Înștiințările privind schimbările operaționale semnificative sunt făcute cu 4 săptămâni înainte de data aplicării lor.

### *Managementul performanței*

Sistemul de management al performanței a fost îmbunătățit în anul 2011 prin actualizarea Politicii privind managementul performanței, incluzând modificările introduse de Codul Muncii intrat în vigoare la 1 mai 2011 și modificările necesare pentru alinierea la Politicile actualizate privind Managementul Performanței și Remunerare ale Grupului Raiffeisen.

La sfârșitul anului 2011, aproximativ 4.200 dintre angajații Raiffeisen Bank erau eligibili la plată variabilă, fiind beneficiari ai unuia dintre programele de motivare existente.

Anual, toți angajații sunt evaluați din punct de vedere al performanței și al dezvoltării carierei.

Raiffeisen Bank își remunerează angajații cu cel puțin 80% în plus față de salariul minim pe economie.

### *Formare profesională*

Pe lângă beneficiile financiare, angajații Raiffeisen Bank au acces la cursuri de instruire, la consultanță pentru managementul carierei dar, mai ales, pot beneficia de experiența și cunoștințele acumulate de organizație de-a lungul a zeci de ani de activitate financiar-bancară, la nivelul întregului grup. În anul 2011, numărul mediu de ore de instruire pentru fiecare angajat, în funcție de categoria acestuia, a fost:

	<i>Nr. mediu ore instruire/angajat</i>
<i>Top și Middle management</i>	65
<i>Personal de execuție</i>	51

Raiffeisen Bank oferă angajaților săi diverse programe de formare și dezvoltare profesională:

- 5.000 de angajați au urmat cursuri de formare, specializare și dezvoltare profesională;
- 300 de noi angajați au beneficiat de cursurile de instruire "Raiffeisen School";
- 500 de directori de agenții au beneficiat de un simulator de antrenare a deciziilor manageriale;
- cursuri complexe dedicate personalului specializat în vânzări;
- activități de instruire pentru alinierea angajaților la direcțiile strategice ale băncii și pentru aprofundarea valorilor organizaționale;
- cursuri de instruire destinate dezvoltării personalului cu potențial de creștere din bancă;
- programe pentru managementul abilităților și învățare continuă, care susțin constanța angajării, asistându-i pe angajați în gestionarea situațiilor de business, precum: *3D Management, Innovation and Creativity, Action Oriented si Timely Decision Making.*

#### *Sănătate și siguranță la locul de muncă*

Îmbunătățirea condițiilor de muncă și asigurarea locurilor de muncă sigure și sănătoase reprezintă o preocupare constantă a băncii. De aceea, acordăm o atenție specială informării, orientării și promovării unui mediu de muncă sănătos. Subiecte de sănătate și siguranță la locul de muncă sunt acoperite în Contractul Colectiv de Muncă.

Pentru anul 2011, incidența accidentelor, a bolilor profesionale sau chiar a fatalităților angajaților rămâne în continuare la valori scăzute.

<i>Accidente la locul de muncă</i>	<i>11</i>
<i>Boli profesionale</i>	<i>0</i>
<i>Zile pierdute și absentism</i>	<i>431</i>
<i>Fatalități legate de muncă</i>	<i>2</i>

# Acțiune responsabil





## 4. Acționăm responsabil

### 4.1. Metodologia utilizată în culegerea și interpretarea datelor

Analiza activității Raiffeisen Bank în domeniul responsabilității sociale a fost realizată utilizând două standarde internaționale: metodologia London Benchmarking Group (LBG)<sup>1)</sup>, utilizată pentru al treilea an consecutiv, și modelul de raportare Global Reporting Initiative (GRI)<sup>2)</sup>, folosit pentru al doilea an. Astfel, cu ajutorul celor două modele de raportare am evaluat atât implicarea responsabilă a companiei în comunitate, cât și modul responsabil de a face afaceri.

#### *London Benchmarking Group - evaluarea investițiilor în programe comunitare*

Sistemul de măsurare LBG este folosit de companiile din întreaga lume pentru a evalua și raporta valoarea și rezultatele investițiilor în comunitate. Acest model teoretic analizează investițiile comunitare din punctul de vedere al motivațiilor care stau în spate (caritabile, comerciale sau strategice), al tipurilor de resurse investite (bani, timp, în natură) și al cauzelor susținute. De asemenea, modelul LBG ia în calcul rezultatele și impactul realizate în urma investiției companiei în acest tip de programe, pe care le împarte în beneficii pentru comunitate și beneficii pentru companie. Principalele zone în care sunt monitorizate schimbări datorate proiectelor comunitare sunt: beneficiari finali și comunitate, organizația parteneră, mediu și companie. Schimbările generate în aceste arii sunt evaluate și în funcție de profunzimea schimbării, pentru a putea estima durabilitatea intervențiilor.

Pentru investițiile făcute în anul 2011 am dezvoltat semnificativ acest standard de raportare, pentru a asigura o culegere mai ușoară dar și mai coerentă a rezultatelor. Spre deosebire de anul anterior, am extins raportarea pe indicatorii LBG astfel încât să cuprindă și colectarea și interpretarea de date privind modul în care proiectele comunitare influențează compania. Acest instrument a permis băncii să afle modul în care relaționează cu unul dintre grupurile co-interesate, și anume angajații săi implicați în acțiuni de voluntariat.

#### *Global Reporting Initiative - evaluarea guvernantei corporative și a comportamentului economic și social*

Sistemul de raportare GRI este menit să folosească drept cadru standardizat de raportare privind performanța economică, de mediu și socială a unei organizații. Modelul este constituit astfel încât să poată fi utilizat de organizații de orice mărime, din orice sector și din orice spațiu geografic. Conținutul său a fost agreeat de un număr mare de grupuri co-interesate din întreaga lume, astfel încât să fie general aplicabil în raportarea performanțelor de sustenabilitate ale unei organizații.

GRI pune la dispoziție ghiduri pentru raportare sustenabilă, care sunt alcătuite din principiile de definire a conținutului raportului și de avizare a calității informației raportate. Ghidurile includ de asemenea câmpurile standard asupra cărora se raportează, alcătuite din indicatorii de performanță și alți parametri, precum și consultanță pentru aspecte tehnice legate de anumite teme de raportare.

În alcătuirea acestui raport a fost utilizat ghidul de evaluare aferent nivelului C. Anexa 1 prezintă indexul parametrilor raportați conform standardelor GRI, pentru nivelul autodeclarat C, fără aviz extern. Informațiile din acest raport își propun să ofere un ordin de mărime privind nivelul actual de transparență și sustenabilitate al organizației, așa cum este aceasta evaluată de modelul GRI.

În al doilea an de raportare conform standardelor GRI am îmbunătățit mecanismele interne pentru monitorizarea și raportarea datelor și am extins lista indicatorilor raportați.

<sup>1)</sup> <http://lbg-romania.ro/content/>

<sup>2)</sup> <http://www.globalreporting.org/Home>

## 4.2. Guvernanța corporativă

Guvernanța corporativă reprezintă un sistem integrat de valori, principii și reguli care asigură funcționarea unei companii într-un mod responsabil și transparent și care generează plusvaloare pe termen lung pentru grupurile co-interesate și pentru societate în ansamblu.

Raiffeisen Bank consideră că, în conjunctura economică actuală, este nevoie mai mult ca oricând de actori economici care să aplice principiile bunei guvernante și care să fie capabili să asigure sustenabilitatea societății în care aceștia activează.

Performanțele anterioare au demonstrat că suntem o bancă solidă, care creează valoare și profitabilitate într-un mod etic și sustenabil. Acestea nu ar fi fost posibile în lipsa unei viziuni de afaceri care să promoveze valori de bază ce cuprind drepturile omului, protecția mediului, acțiuni anti-corupție sau responsabilitatea față de grupurile co-interesate.

### Protecția mediului

Raiffeisen Bank își asumă un mod responsabil de a face afaceri, motiv pentru care acordă constant o atenție sporită reducerii impactului pe care îl generează asupra mediului în care activează. Au fost astfel dezvoltate o serie de politici responsabile de mediu, care s-au concentrat pe optimizarea consumului de resurse: energie, hârtie, apă, combustibil.

- Consumul de energie este oprit în afara orelor de program, cu excepția locațiilor a căror funcționare non-stop este imperativă. În plus, au fost instalate temporizatoare acolo unde era cazul. De asemenea, folosim setările de standby la calculatoare sau la alte echipamente de birou. Aceste măsuri au dus la economisirea în 2011 a unui volum de energie de 5,8 GJ.

<i>Consumul direct de energie din surse primare de energie</i>	<i>86.588,2 GJ</i>
<i>Consumul indirect de energie din surse primare de energie</i>	<i>24,58 GJ</i>
<i>Economisirea de energie în urma conservării și îmbunătățirilor privind eficiența energetică</i>	<i>5,8 GJ</i>

- Pentru a reduce impactul asupra mediului, banca a instalat echipamente de climatizare (încălzire, răcire și ventilație) de maximă performanță, pentru care utilizează freon ecologic. Banca a instalat, de asemenea, surse neîntreruptibile (UPS – uninterruptible power supply) performante, care au pierderi de funcționare mult mai mici și, prin urmare, un impact mai mic asupra mediului ambiant.
- Banca a luat măsuri pentru reducerea consumului direct de combustibili prin monitorizarea strictă a folosirii flotei de autovehicule a băncii și utilizarea, ori de câte ori a fost posibil, a sistemelor de teleconferință și videoconferință în locul deplasării unui număr de salariați în alte locații;
- Banca a decis să optimizeze consumul de hârtie prin reducerea numărului de extrase de cont transmise lunar prin poștă către clienți și reorientarea acestora către canale electronice; în acest fel, în ultimul trimestru al anului 2011, s-au redus cheltuielile pentru printarea a aproximativ 1 milion de coli A4, echivalentul a 120 copaci maturi<sup>3)</sup>.
- Angajații Raiffeisen Bank au fost instruiți cu privire la economisirea apei, hârtiei și a energiei electrice.
- Banca a reciclat în anul 2011 peste 260.000 kg de deșeuri de hârtie.

<sup>3)</sup> Pentru calculul hârtiei produse de un copac, vizitați: <http://conservatree.org/learn/EnviroIssues/TreeStats.shtml>

<i>Materiale folosite în funcție de greutate și volum</i>	763.488,19 kg hârtie
	13.825,68 kg DEEE
<i>Procentajul de materiale folosite care sunt materiale de intrare reciclate</i>	74,70% (hârtie și DEEE)
<i>Consumul total de apă</i>	48.800 mc

Tabelul de mai jos prezintă consumul înregistrat de Raiffeisen Bank pe 2011 pentru principalele tipuri de resurse.

<i>Resursa</i>	<i>Volum 2010</i>	<i>Volum 2011</i>
<i>Energie electrică (Mwh)</i>	27.448	26.705
<i>Energie termică (Gcal)</i>	9.517	9.729
<i>Apă (mc)</i>	49.737	48.800
<i>Combustibili (l)</i>	1.424.017	861.331
<i>Hârtie<sup>4)</sup> (1.000 coli A4 )</i>	110.012 <sup>5)</sup>	142.167

În materie de reglementări interne și inițiative cu impact semnificativ la nivelul companiei și a grupurilor interesate, menționăm adoptarea și implementarea în 2011 a unei *Politici de risc de mediu și social*, care își propune să extindă monitorizarea activităților cu impact de mediu și social și către clienți și furnizori. Politica stabilește și criteriile de clasificare a portofoliului de creditare al băncii în funcție de riscurile sociale și de mediu:

<i>Clasificarea portofoliului în funcție de riscurile:</i>	<i>de mediu</i>	<i>sociale</i>
<i>Scăzut</i>	54%	52%
<i>Mediu</i>	26%	15%
<i>Ridicat</i>	20%	33%

#### *Conformitate*

Respectarea cadrului legal precum și a reglementărilor în vigoare în domeniul nostru de activitate reprezintă o condiție obligatorie pentru a putea fi un jucător respectat pe piață. Mai mult, angajamentul companiei noastre este nu numai de a asigura conformitatea legală, ci și de a demonstra un comportament etic în operațiunile noastre zilnice. Avem astfel, de mai mulți ani, un Cod de Conduită ce abordează corespunzător conformitatea și etica.

<sup>4)</sup> Luăm în calcul doar hârtia utilizată intern la xerox sau imprimante.

<sup>5)</sup> Cifra este valabilă pentru intervalul aprilie-decembrie 2011; pentru perioada anterioară nu a fost posibilă monitorizarea hârtiei consumate.

<b>Indicator</b>	<b>2011</b>
<i>Numărul total de acțiuni juridice pentru un comportament anti-concurențial, antitrust și pentru practicile de monopol și rezultatele lor</i>	0
<i>Valoarea monetară a amenzilor importante și numărul total al sancțiunilor non-monetare pentru neconcordanță cu legile și reglementările</i>	0
<i>Numărul total de incidente de neconformitate cu reglementările și codurile voluntare, cu privire la produse și servicii de informare și etichetare, în funcție de rezultate</i>	0
<i>Numărul total de incidente de neconformitate cu reglementările și codurile voluntare, cu privire la comunicarea de marketing, inclusiv publicitatea, promovarea și sponsorizarea în funcție de tipul de rezultate</i>	0
<i>Numărul total de reclamații întemeiate cu privire la încălcarea drepturilor clientului cu privire la caracterul confidențial al informațiilor sau pierderilor de date despre clienți</i>	0
<i>Valoarea monetară a amenzilor importante pentru ne-conformitate cu legile și reglementările privind furnizarea și utilizarea produselor și serviciilor</i>	0
<i>Valoarea monetară a amenzilor semnificative și numărul total al sancțiunilor non-monetare pentru nerespectarea legislației de mediu</i>	0

#### *Acțiuni anti-corupție*

Prin departamentele specializate, Raiffeisen Bank asigură monitorizarea respectării reglementărilor legale și pe a celor interne privind prevenirea și combaterea corupției și fraudei, a spălării banilor și finanțării terorismului, a manipulării pieței.

Tablelul de mai jos sumarizează rezultatele organizației în termeni de conformitate, așa cum sunt aceștia specificați de standardul GRI.

<b>Indicator</b>	<b>2011</b>
<i>Procentul și numărul total al agențiilor investigate pentru riscuri legate de corupție</i>	0
<i>Procentul angajaților instruiți cu privire la politicile și procedurile de anticorupție ale băncii</i>	97%
<i>Acțiuni întreprinse ca urmare a incidentelor de corupție</i>	0 <sup>6)</sup>

De asemenea, Raiffeisen Bank nu a oferit contribuții în bani sau în natură către partide politice, politicieni sau instituții afiliate acestora și nu a primit asistență sau subvenții din partea statului.

#### *Respectarea drepturilor omului*

Cel mai tânăr angajat al companiei are peste 20 de ani. Din acest punct de vedere, organizația nu se confruntă cu riscuri de muncă forțată sau de exploatare a minorilor, respectând Codul Muncii. Pe lângă respectarea legislației în vigoare privind drepturile omului, Raiffeisen Bank își instruește angajații asupra acestor aspecte, în 2011 înregistrându-se un număr de 1.436 de ore de training pe această temă, care se aplică unui procent de 97% din totalul angajaților.

Raiffeisen Bank nu s-a confruntat cu niciun caz de încălcare a drepturilor omului ce implică acțiuni de discriminare.

<sup>6)</sup> Nu s-au întreprins acțiuni, întrucât nu s-au înregistrat cazuri de corupție în 2011.

#### *Responsabilitatea față de grupurile co-interesate*

Felul în care ne comportăm în relația cu grupurile co-interesate de activitatea noastră și felul în care ne ridicăm la nivelul impus de valorile companiei determină modul în care suntem percepuți. Astfel, cu cât reușim mai mult să răspundem nevoilor și intereselor grupurilor co-interesate, cu atât mai mult consolidăm reputația și credibilitatea companiei și reducem riscurile.

Relația cu clienții noștri este prioritară, căci înțelegerea și satisfacerea necesităților și așteptărilor acestora poate crea valoare adăugată pentru toate părțile. De altfel, axarea pe nevoile clienților este o valoare fundamentală pe care banca o promovează.

Raiffeisen Bank folosește o serie de instrumente cu ajutorul cărora măsoară gradul de satisfacție al clienților și care furnizează informații importante pentru îmbunătățirea relației cu aceștia.

Astfel, cunoscând ceea ce creează valoare pentru clienți, colectând și analizând date și informații relevante, banca este capabilă să dezvolte relații de lungă durată cu aceștia, ceea ce aduce beneficii tuturor părților interesate.

<i>Nume Sondaj</i>	<i>Periodicitate</i>	<i>Indicatori</i>	<i>Rezultate 2011</i>
<i>Customer Satisfaction &amp; Loyalty</i>	<i>1/an</i>	<i>Gradul de satisfacție față de bancă</i>	<i>Peste 70% - satisfăcuți și foarte satisfăcuți</i>
<i>2nd Day Call</i>	<i>4/an</i>	<i>Gradul de satisfacție față de serviciile oferite de bancă</i>	<i>Peste 80% - satisfăcuți și foarte satisfăcuți</i>

#### *Activități de afaceri publice*

Fiind un reprezentant al mediului de afaceri, unul dintre obiectivele noastre este să îmbunătățim atât sectorul privat, cât și pe cel public. Astfel, banca se implică în măsurile de reformă și de modernizare a statului și participă activ în procesul de reglementare, mai ales atunci când acesta constituie o piedică în dezvoltarea sectorului privat sau împotriva creșterii economice.

Implicarea noastră ia diferite forme - declarații publice, documente de poziție față de politicile publice sau participări în procesul de consultare publică cu autoritățile - și se manifestă atât individual, cât și colectiv - prin intermediul asociațiilor profesionale și de afaceri.

Raiffeisen Bank menține astfel un dialog permanent cu autoritățile și cu organismele profesionale și de afaceri în care activează și consideră că aceste parteneriate sunt esențiale pentru a găsi împreună soluții adecvate la problemele comune.

Subiecte abordate în 2011:

<b>Subiect</b>	<b>Parteneri</b>	<b>Status</b>
<i>Susținere pentru urgentarea aplicării standardelor internaționale de raportare financiară (IFRS) de către instituțiile financiare din România</i>	<i>Asociația Română a Băncilor (ARB), Banca Națională a României (BNR), "Inițiativa de la Viena" / EBCI</i>	<i>Finalizat</i>
<i>Contribuție la elaborarea noii Strategii Naționale Anticorupție</i>	<i>Consiliul Investitorilor Străini (FIC) / Ministerul Justiției</i>	<i>Finalizat</i>
<i>Contribuție la elaborarea noului Cod al Muncii și a Codului de Dialog Social</i>	<i>FIC / Camera de Comerț Româno-Americană (AmCham)</i>	<i>Finalizat</i>
<i>Dialog cu autoritățile privind taxarea sectorului financiar</i>	<i>ARB</i>	<i>Finalizat</i>
<i>Etica în afaceri</i>	<i>FIC</i>	<i>Finalizat</i>
<i>Analiza impactului OUG 50/2010</i>	<i>ARB / Consiliul Concurenței</i>	<i>Finalizat</i>
<i>Amendarea Ordinului Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor (ANPC) privind măsuri de informare a consumatorilor de către societățile financiare bancare și nebancale</i>	<i>ANPC / ARB</i>	<i>Finalizat</i>
<i>Dialog cu autoritățile privind reforma sectorului public</i>	<i>FIC / Consiliul Național pentru Competitivitate (CoNaCo)</i>	<i>În curs de desfășurare</i>
<i>Contribuție la redactarea Strategiei Naționale pentru Competitivitate</i>	<i>CoNaCo</i>	<i>În curs de desfășurare</i>
<i>Contribuție la redactarea Strategiei Naționale pentru Educație Financiară</i>	<i>ANPC, Asociația pentru Protecția Consumatorilor din România</i>	<i>În curs de desfășurare</i>

### 4.3. Impactul în comunitate

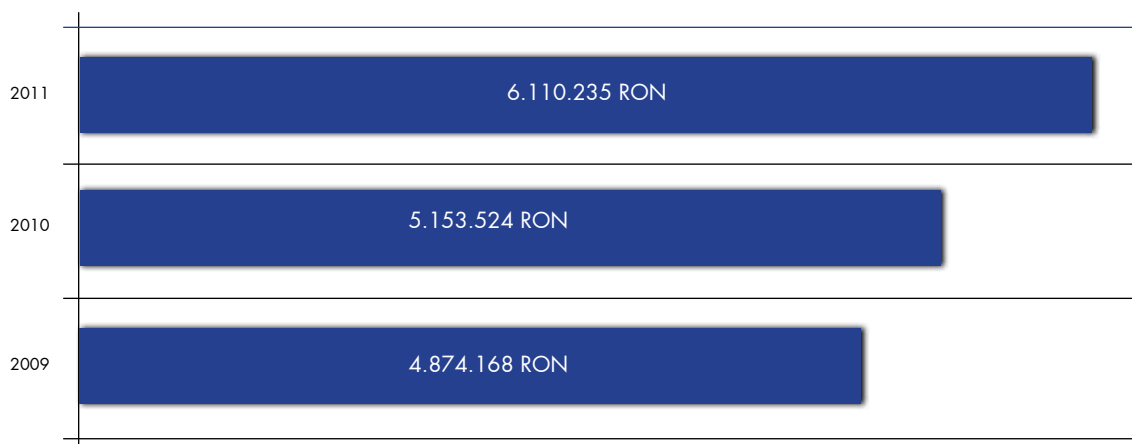
#### Datele de referință ale anului 2011

- **6.110.235<sup>7)</sup> RON** este valoarea totală a investiției Raiffeisen Bank în programe comunitare;
- Suma totală investită în 2011 de Raiffeisen Bank împreună cu angajații, clienții și partenerii acesteia a fost de **7.643.791 RON**, echivalentul a **0,4% din cifra de afaceri și 1,57 % din profitul brut** al băncii pentru anul 2011;
- Valoarea **resurselor suplimentare atrase<sup>8)</sup>** raportate în 2011 este cu 1/3 mai mare decât cea din anul 2010, ceea ce a condus la o creștere a contribuției totale oferite de bancă cu încă **25%**;
- Peste 400.000 beneficiari au fost susținuți în cadrul proiectelor, cu 40% mai mult decât în anul 2010;
- Suma investită de Raiffeisen Bank este echivalentul unei **contribuții medii de 1.033 RON / 244 EUR pentru fiecare angajat**;
- Numărul angajaților Raiffeisen Bank care au desfășurat **activități de voluntariat s-a triplat** în anul 2011, astfel ei ajungând să reprezinte 4% din totalul angajaților băncii. Totodată, aceștia **au dedicat în medie 1 zi din timpul de lucru programelor comunitare. Valoarea timpului** asociat activităților de voluntariat ale angajaților Raiffeisen Bank **a crescut de aproape 4 ori** față de anul precedent;
- Cauza care a mobilizat cele mai multe resurse ale companiei a fost protecția mediului, la fel ca în anii precedenți, acest domeniu ajungând cauză definitorie pentru bancă.

#### 4.3.1. Valoarea investiției Raiffeisen Bank în programe comunitare

Valoarea totală a contribuțiilor investite în programe comunitare de Raiffeisen Bank a fost de 6.110.235 RON, în creștere cu 19% față de anul precedent și cu 25% față de anul 2009.

Valoarea totală a contribuțiilor Raiffeisen Bank

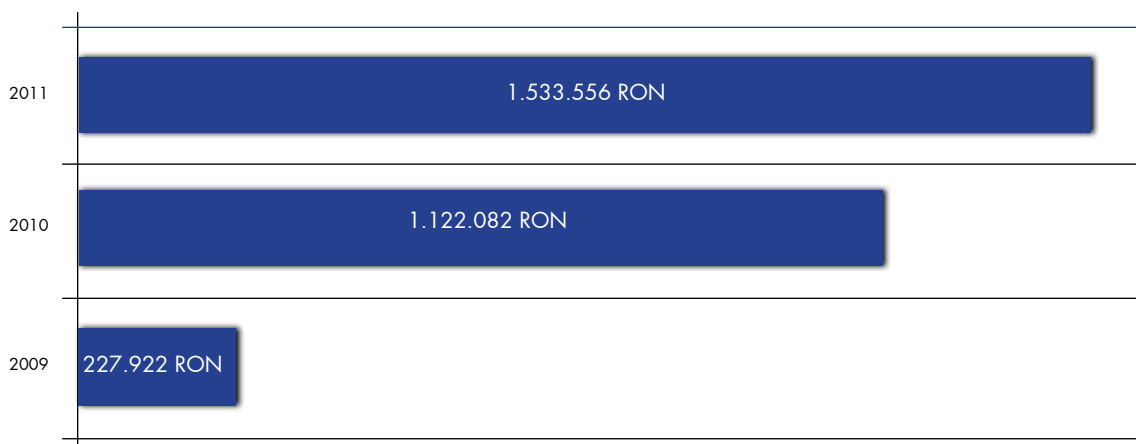


<sup>7)</sup> Sumele au fost calculate la un curs mediu conform BNR pe 2011 de 4,2379 RON/1EUR.

<sup>8)</sup> Contribuții oferite de angajați sau atrase prin evenimente speciale.

Nu numai investiția băncii a crescut de la an la an, ci și resursele atrase de la alți susținători. Valoarea contribuțiilor oferite de angajați sau atrase prin evenimente speciale (principalele surse ale acestor resurse suplimentare) a crescut cu o treime față de anul precedent, adăugând un plus de 25% contribuției totale oferite de bancă.

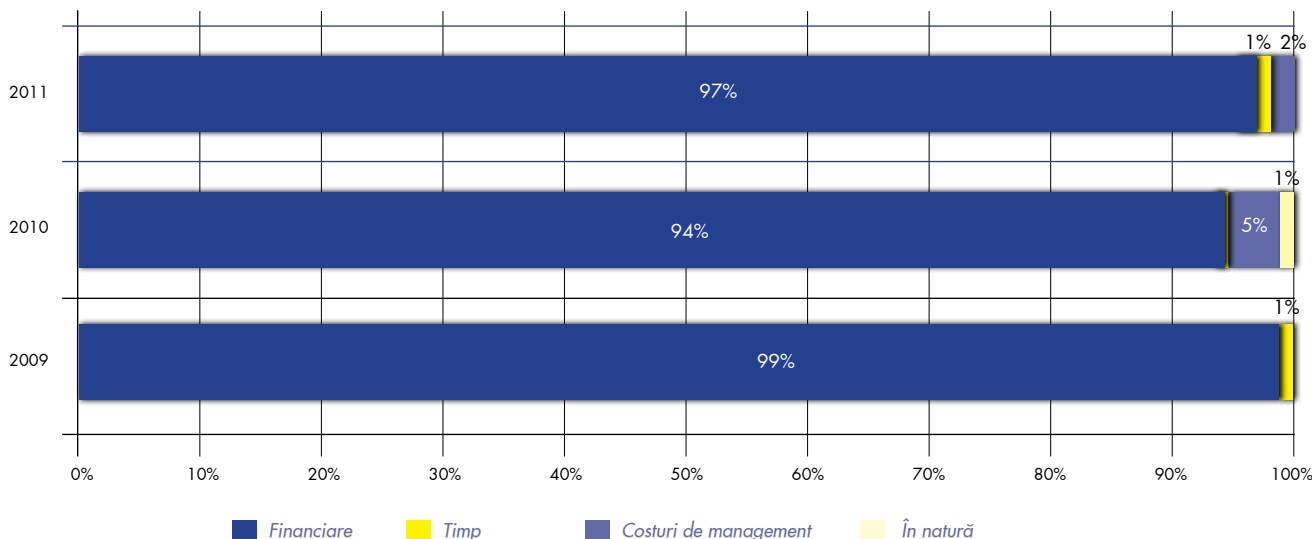
**Resurse suplimentare atrase**



Așadar, suma totală investită în 2011 de Raiffeisen Bank împreună cu angajații, clienții și partenerii acestora a fost de 7.643.791 RON, echivalentul a 0,4% din cifra de afaceri și 1,57% din profitul brut al băncii pentru anul 2011, valori în creștere față de anul anterior.

Contribuția băncii în proiectele incluse în portofoliul său de inițiative comunitare cuprinde valoarea resurselor financiare, contribuțiile în natură, timp și costurile de management. Graficul de mai jos prezintă distribuția resurselor pe cei trei ani de raportare, în funcție de tip, în valoare procentuală. Ca în fiecare an, și în 2011 contribuțiile financiare reprezintă cea mai importantă investiție a băncii. Timpul voluntariat și costurile de management reprezintă cumulativ 3%, dar sunt la rândul lor investiții semnificative. Dacă luăm în calcul faptul că angajații băncii au dedicat aproape 2.000 ore proiectelor de voluntariat în timpul orelor de serviciu, se observă că aceste investiții nu sunt accidentale.

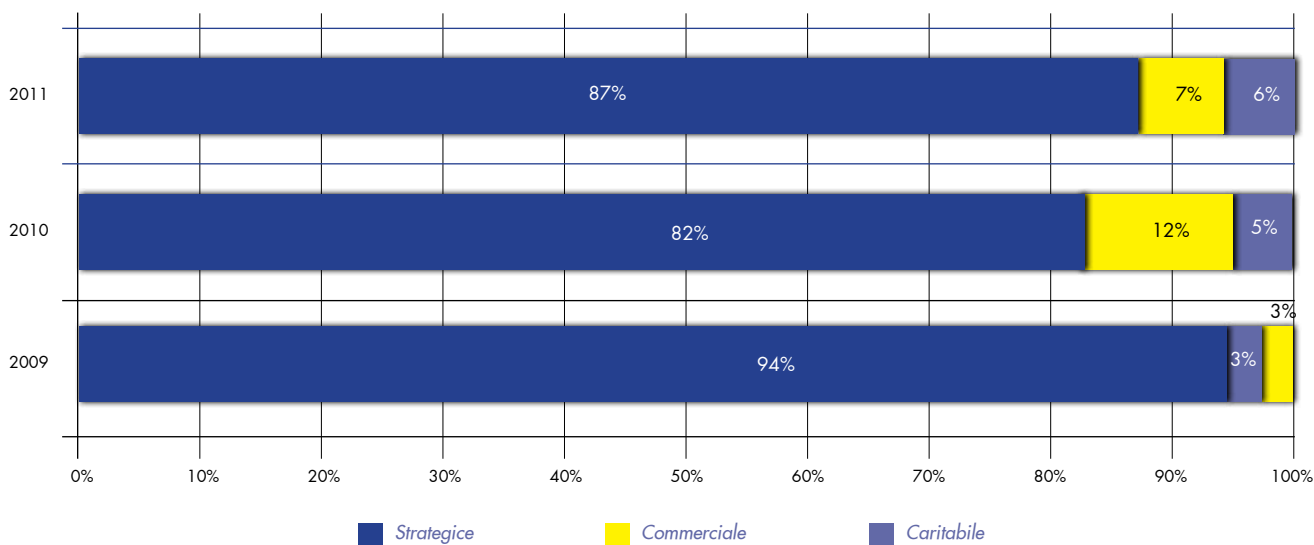
**Resurse investite de Raiffeisen Bank în proiecte comunitare**





### 4.3.2. Motivațiile care stau la baza implicării în comunitate

De ce se implică Raiffeisen Bank în comunitate (motivații %)?



La fel ca și în anii anteriori, proiectele **strategice**<sup>9)</sup>, implementate pe termen lung și în care compania urmărește schimbările generate de proiectele susținute, sunt cele care au atras cele mai mari contribuții în 2011 (87%). Această direcție de acțiune demonstrează atenția crescută a băncii la schimbările comunitare de profunzime și orientarea strategiei de responsabilitate corporativă către proiecte sustenabile, rezistente pe un orizont lung de timp.

De exemplu, prin proiectul l'Velo, banca se adresează unui număr mare de persoane cărora dorește să le schimbe comportamentul. Dacă luăm în calcul faptul că aceste schimbări sunt inițiate la nivel național, este cu atât mai mult de înțeles de ce pentru proiectele strategice sunt alocate aproape 90% din resursele alocate activităților comunitare.

Creșterea implicării băncii în proiectele strategice a determinat o scădere a ponderii celor **comerciale**<sup>10)</sup>, care îmbină beneficiile comunitare cu beneficii legate de branding al produselor și serviciilor, abordarea de noi piețe sau consolidarea reputației companiei.

<sup>9)</sup> Conform LBG, **Investițiile strategice** indică implicarea companiei pe termen lung în parteneriate comunitare, răspunzând unui număr limitat de nevoi comunitare, alese de companie în așa fel încât să susțină și eforturile sale de business (întărirea unei bune imagini, loializarea angajaților, reducerea unor riscuri în relația cu comunitatea etc.). Cauzele și abordarea investițiilor strategice se axează pe beneficii reciproce, pentru comunitate și companie. Proiectele de acest tip presupun un efort de coordonare mai mare, incluzând și resurse destinate monitorizării schimbărilor realizate și ajustării modului de implementare, însă duc mult mai sigur spre rezultatele dorite. Aceste inițiative nu permit flexibilitate din partea companiei în a răspunde mai multor nevoi sau cauze care reies din comunități însă garantează acoperirea în profunzime a unor nevoi.

<sup>10)</sup> Conform LBG, **proiectele comerciale** sunt activitățile comerciale asociate unei cauze comunitare cu rolul de a susține în mod direct succesul companiei, promovând identitatea sa sau a unui brand, sau pentru alte beneficii ce se reflectă imediat în evoluția economică a companiei. Beneficiile pentru companie au un rol fundamental în lansarea acestor inițiative. Chiar dacă aparent aceste inițiative sunt la granița între activitatea economică și domeniul proiectelor comunitare, ele au rolul de a suplimenta resurse care altfel nu ar ajunge în comunitate. Cel mai evident exemplu este cel al campaniilor de marketing comunitar sau marketing pentru o cauză. În același timp, multe cauze comunitare pot fi aduse în atenția publicului prin astfel de inițiative, atrăgând astfel și noi tipuri de susținători ai respectivei probleme comunitare.

În ceea ce privește proiectele **caritabile**<sup>11)</sup>, banca a oferit resurse aproximativ egale comparativ cu anii anteriori.

Un proiect aparte îl reprezintă programul Raiffeisen Comunități, lansat ca proiect pilot în 2011, care a îmbinat obiectivele strategice, precum facilitarea dezvoltării locale și a structurilor de la nivel local cu nevoile exprimate la nivel comunitar, care de obicei atrag resurse în baza motivațiilor caritabile.

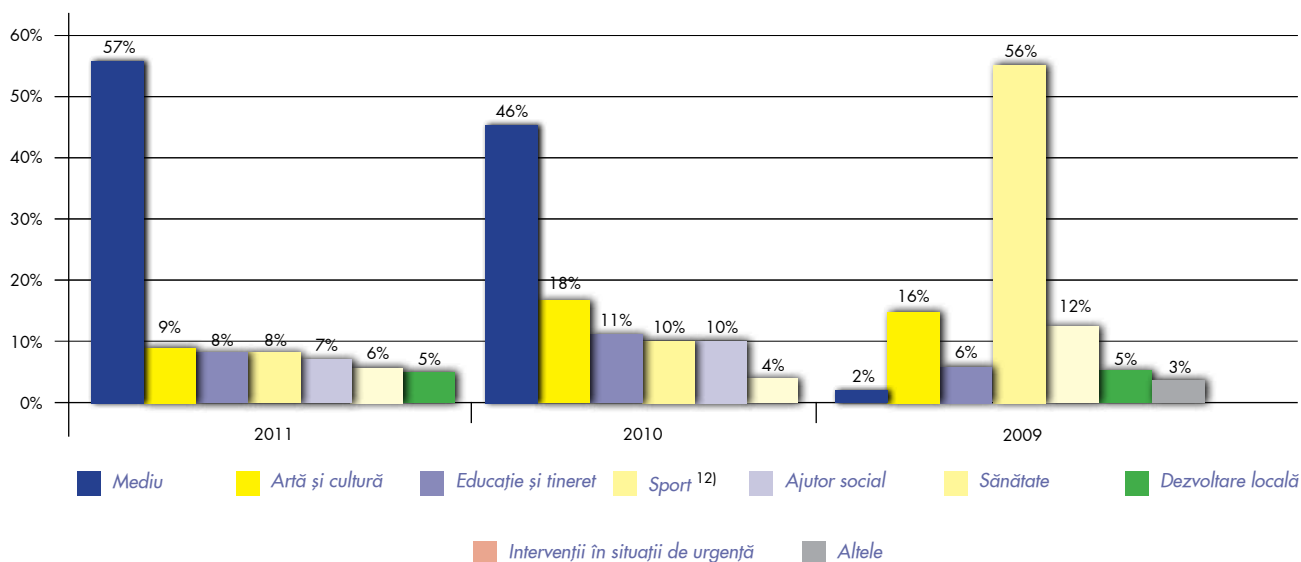
#### 4.3.3. Cauzele susținute de Raiffeisen Bank în 2011

În anul 2011, banca a continuat să dedice resurse semnificative pe principalele arii de intervenție – mediu, artă și cultură, educația tinerilor și sport, fără să modifice ierarhia domeniilor comunitare, comparativ cu anul anterior.

○ creștere semnificativă în anul 2011 o regăsim în cazul proiectelor de mediu. Parteneriatele menite atenuării impactului negativ asupra mediului înconjurător au atras peste 1.130.000 RON în plus față de anul precedent, astfel că aceste inițiative au utilizat aproape două treimi din bugetul destinat programelor comunitare al băncii.

○ categorie nouă în anul 2011 o reprezintă proiectele destinate dezvoltării comunitare, care nu s-au regăsit în portofoliul băncii în 2010. Astfel, programul nou lansat Raiffeisen Comunități a atras în anul 2011 5% din valoarea totală a contribuției investite în proiecte comunitare.

Ce cauze a susținut Raiffeisen Bank?



<sup>11)</sup> Conform LBG, **proiectele caritabile** reprezintă de regulă inițiative ad-hoc, fără a urmări în mod clar o schimbare în comunitate sau companie. Compania care oferă resurse în baza motivațiilor caritabile răspunde unor solicitări de la entități ca ONG-uri, instituții non-profit, grupuri informale etc., fără a urmări direcțiile sale strategice. Acest tip de inițiative oferă o mare flexibilitate a companiei care le susține în a deservi nevoi sociale care apar spontan sau care nu au fost foarte vizibile, însă nu contribuie la atingerea obiectivelor de CCI sau CSR a companiei.

<sup>12)</sup> E important să menționăm faptul că o parte din proiectele de sport au fost codificate diferit anul precedent, ele fiind clasificate în categoria altele sau la sănătate, deoarece structura de raportare LBG nu are o categorie distinctă destinată acestei cauze. Având în vedere importanța pe care această cauză o are pentru bancă, în acest an am ales să raportăm această cauză separat, pentru a avea date cât mai aproape de realitate.

## Mediu

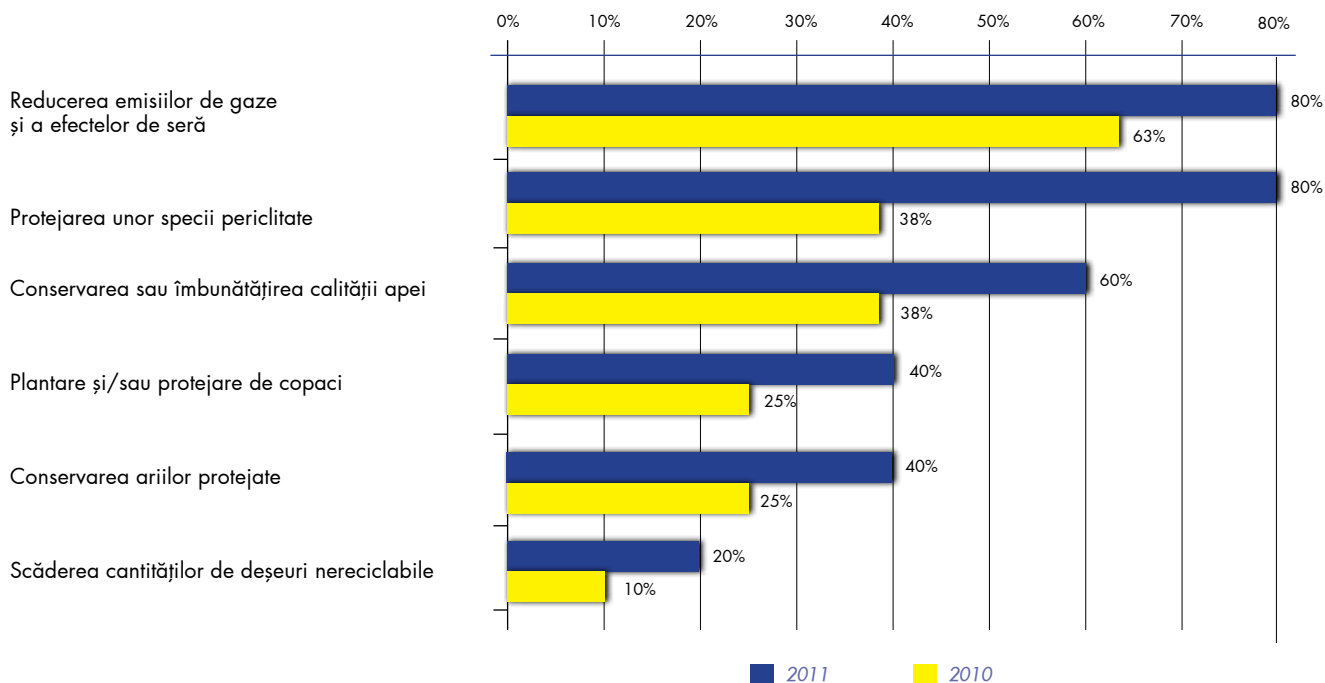
Responsabilitatea față de mediu reprezintă una dintre preocupările prioritare și permanente ale Raiffeisen Bank. Reducerea impactului activității băncii asupra mediului înconjurător se realizează atât intern, prin politici responsabile (vezi cap. 4.2. Guvernanță Corporativă), cât și extern, prin proiecte de implicare în comunitate.

Proiectele comunitare de mediu vizează în principal promovarea mijloacelor nepoluante de transport, ca remediu pentru poluarea cauzată de trafic și sedentarismul specific mediului urban.

Protecția mediului este, în continuare, cauza principală în care Raiffeisen Bank a investit în 2011. Pentru a consolida rezultatele din anii anteriori, am redus numărul de proiecte la două, dar am crescut resursele implicate (2/3 din resursele disponibile) și am dezvoltat la nivel național aceste două inițiative lansate în anii anteriori.

Partenerii comunitari implicați în adresarea acestei cauze au raportat schimbările produse prin intermediul inițiativelor lor conform graficului de mai jos:

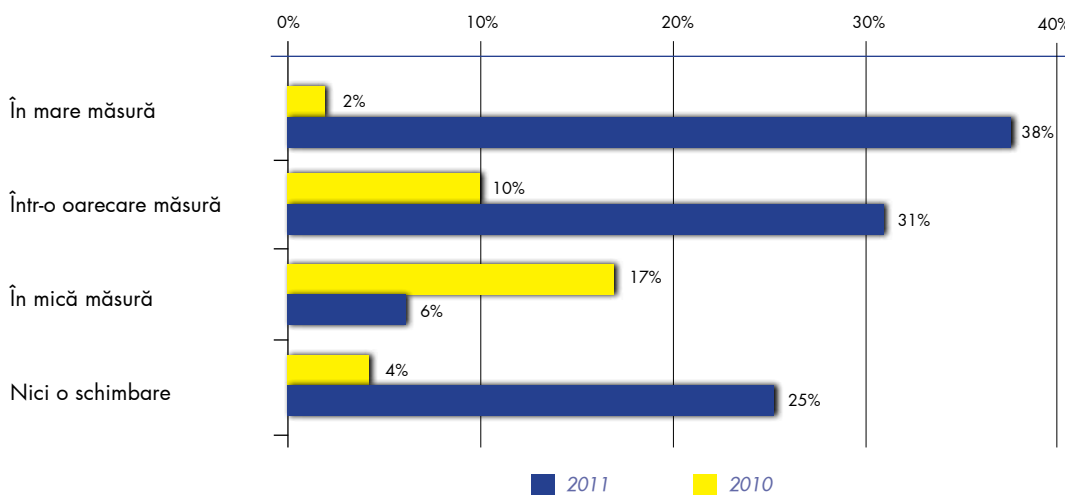
### Schimbări de mediu raportate de partenerii comunitari



Principalele acțiuni de protecție a mediului raportate de partenerii comunitari țin de reducerea emisiilor cu efect de seră, protecția speciilor periclitare și îmbunătățirea calității apei. În ceea ce privește profunzimea acestor schimbări, partenerii comunitari au raportat diferite grade ale impactului.

Proiectele care au raportat cel mai mare impact sunt cele care au fost dedicate reducerii emisiilor de gaze și plantarea de copaci. Această raportare era de așteptat, având în vedere că ele sunt punctul central al unor parteneriate strategice importante ale băncii (l'Velo, StudentObike). Graficul de mai jos prezintă profunzimea schimbărilor de mediu raportate de beneficiarii comunitari:

### Profunzimea schimbărilor de mediu raportate de partenerii comunitari



Graficul ne arată faptul că, de la un an la altul, există o profunzime mai accentuată a schimbărilor de mediu raportate de beneficiarii comunitari. Cu toate acestea, considerăm că efortul nostru și al partenerilor trebuie continuat, astfel încât succesul acestor proiecte să fie asigurat. Acest lucru este de dorit cu atât mai mult cu cât proiectele fac apel la schimbări de comportament și atitudine sau chiar la schimbări legislative, jinte care necesită timp.



**I'Velo** continuă să fie principalul proiect de mediu al Raiffeisen Bank și cel mai mare program de bike-sharing din țară. Proiectul a fost lansat în parteneriat cu Asociația Green Revolution pe data de 9 mai 2010, în 5 orașe: București, Cluj, Iași, Timișoara și Târgu Mureș. În 2011, centrul din Târgu Mureș a fost relocat în Brașov. În primii doi ani de funcționare, bicicletele I'Velo au fost folosite de peste 550.000 de ori, totalizând circa 1 milion de ore de pedalat și 6 milioane de kilometri parcurși. Renunțând la autovehicule în favoarea bicicletelor, românii și-au redus emisiile de dioxid de carbon cu circa 800 de tone. În plus, proiectul a creat peste 70 de locuri de muncă. Brandul „I'Velo” a avut o vizibilitate bună, fiind văzut de aproximativ 5 milioane de ori și având peste 500 de apariții în mass-media. În noiembrie 2011, I'Velo a câștigat premiul „National Energy Globe”, cea mai importantă recunoaștere din lume pe care o poate primi un proiect de mediu, în cadrul Galei „Energy Globe Awards”, care a avut loc în Austria.

**StudentObike** este programul național de închiriere gratuită de biciclete destinat studenților din cinci centre universitare, aflate în: București (două centre), Brașov, Cluj-Napoca și Iași. Centrele sunt amplasate în campusurile universităților partenere: Academia de Științe Economice București, Universitatea Politehnică din București, Universitatea Transilvania din Brașov, Universitatea de Medicină și Farmacie Cluj-Napoca și Universitatea Tehnică din Iași. În anul 2011, programul a atras aproximativ 32.000 de utilizatori.

## Artă&cultură

Pentru că recunoaștem arta și cultura românească drept un domeniu de excelență, am ales să fim partenerii de tradiție ai festivalului SoNoRo, Teatrului Act și Teatrului D'AYA.

Raiffeisen Bank este de 5 ani partenerul festivalului **SoNoRo**. Festivalul s-a desfășurat în perioada 5 – 24 noiembrie 2011 și a inclus concerte în locații emblematice din București, Brașov, Iași, Cluj și Bistrița. Festivalul a debutat în București în data de 5 noiembrie 2011 cu un concert de deschidere la Palatul Cotroceni. Peste 30 de artiști de cel mai înalt nivel internațional au transmis publicului spiritul muzicii de cameră.



Parteneriatul cu **Teatrul Act** a debutat în anul 2009 sub emblema Raiffeisen Art Proiect. Am avut prilejul să asistăm la lansarea unui proiect de teatru deosebit – dramaturgie românească pusă în scenă de regizori români valoroși – 3 spectacole: "Flori, filme, fete sau băieți", "Dumnezeul de a doua zi" și "Acasă la tata".

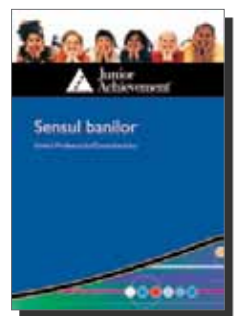
Raiffeisen Art Proiect își propune să selecteze în fiecare an proiecte culturale românești valoroase pe care să le sprijine și să le promoveze. În 2011 parteneriatul cu Teatrul Act a continuat prin susținerea a două piese noi inspirate din poveștile lui Ion Creangă, în regia lui Alexandru Dabija. Piesa "Absolut", cu Marcel Iureș în rolul lui Ivan Turbincă, a derulat peste 20 de spectacole de-a lungul anului, cu peste 3.000 de spectatori. "Capra cu trei iezi – un studiu gastronomic" a avut avanpremieră în 22 decembrie 2011.

Până în momentul de față, Teatrul Act a participat cu spectacole susținute de Raiffeisen Bank în circa 40 de turnee și alte evenimente culturale la care estimăm că au participat circa 7.200 de spectatori. Pe scena teatrului s-au jucat circa 150 de spectacole la care estimăm un număr de 13.500 de spectatori.

În 2011, după succesul avut cu piesa „Oscar și Tanti Roz” am continuat parteneriatul cu **Teatrul D'AYA**, oferind sprijinul nostru financiar pentru punerea în scenă a piesei „Maitreyi”. Spectacolul are la bază o dramatizare dublă, realizată după romanul „Maitreyi” de Mircea Eliade, cu intervenții din „Dragostea nu moare” de Maitreyi Devi. Este prima dată când aceste două puncte de vedere se întâlnesc pe o scenă de teatru. Au avut loc, până în prezent, cca. 30 de spectacole în întreaga țară la care au participat aproximativ 21.000 de spectatori.

## Educație

Educația reprezintă a treia arie de interes pentru bancă în rândul investițiilor în comunitate. Raiffeisen Bank susține proiecte de educație financiară prin care dorește să îmbunătățească nivelul cunoștințelor financiare, economice și în materie de finanțe personale ale populației. Mai mult, pentru că ne dorim ca aceste schimbări să aibă loc la vârste cât mai fragede, proiectele noastre educaționale s-au adresat preponderent elevilor de gimnaziu și liceu. În cursul anului 2011 am oferit suport instituțiilor de învățământ în care s-au derulat două proiecte de educație: Sensul Banilor și ABCdar bancar, implementate în parteneriat cu Junior Achievement România.



**Sensul Banilor** este un program de instruire a elevilor între 10-13 ani în domeniul financiar care le oferă acestora posibilitatea de a înțelege rolul banilor în societate, al consumului și al economiilor. Susținerea băncii a făcut posibilă distribuția gratuită a manualelor pentru elevi și a ghidurilor pentru profesori, instrumentele de lucru la clasă. În anul școlar 2010-2011, proiectul a cruprins: 2.100 de elevi, 100 de cadre didactice, 64 de instituții de învățământ din 22 de județe.



Programul „**ABCdar bancar**”, lansat în martie 2011, reprezintă un curs de educație financiară adresat elevilor de liceu care îi ajută să înțeleagă mai bine produsele financiare și să se dezvolte competențe utile pentru administrarea corectă a unui buget. În anul 2011 (semestrul II al anului școlar 2010/2011 și semestrul I al anului școlar 2011/2012), „ABCdar-ul bancar” a ajuns în peste 40 de licee. Aproximativ 1.300 de elevi cu vârsta cuprinsă între 15 și 19 ani au fost instruiți de 45 de profesori, cu ajutorul a 70 de voluntari ai băncii care s-au oferit să susțină la clasă o lecție de educație financiară, oferind suport, consultanță și expertiză financiar-bancară.

## Social

În domeniul social, am continuat parteneriatul cu organizația internațională **UnitedWay** pentru a strânge fonduri care să susțină derularea a zeci de proiecte din diverse domenii: educație, sănătate, integrare economico-socială etc. Anul trecut, mulțumită celor peste 980 de angajați Raiffeisen Bank care au contribuit cu donații salariale, s-au colectat aproximativ 225.000 RON, sumă ce a fost dublată de bancă la finalul campaniei. De asemenea, peste 100 de angajați ai băncii s-au implicat în acțiuni de voluntariat, însumând un total de peste 1.000 de ore de activitate, și au participat în procesul de selecție, evaluare și monitorizare a proiectelor care au primit finanțare UnitedWay, precum și în organizarea evenimentelor caritabile organizate de fundație. De altfel, de mai mulți ani deja, angajații Raiffeisen Bank reprezintă cel mai mare grup de voluntari ai UnitedWay, aproximativ un sfert din numărul total. În același timp, cei mai mulți angajați ai băncii voluntariază în cadrul acestui program. Prin suportul financiar acordat de bancă, UnitedWay a putut oferi sprijin pentru peste 32 de proiecte de la diferite ONGuri, cu un număr total de 6.321 de beneficiari direcți.



Un alt proiect social susținut de Raiffeisen Bank este „**Fiecare copil în grădiniță**”, derulat de asociația **Ovidiu Rom**. Acesta este un proiect implementat în mai multe comunități locale, care are ca scop principal asigurarea accesului la educație al copiilor de 3-6 ani care provin din familii foarte sărace. În anul școlar 2010-2011, proiectul a fost implementat în 19 comunități, participând aproximativ 1.250 de copii săraci, 90 de cadre didactice și 19 echipe locale din 11 județe. Efectul imediat al proiectului este înscrierea la grădiniță a unui număr mare de copii care sunt prezenți zi de zi, iar efectul pe termen mai lung este implicarea părinților în educația copiilor lor. Elementul inovativ adus de proiect este reprezentat de tichetele sociale oferite pentru prezența copiilor la grădiniță în fiecare zi.

Pe parcursul anului 2011 am continuat, de asemenea, parteneriatul cu organizația **Hospice Casa Speranței**, cu investiții pentru două proiecte ample pe care le derulează. În primul rând, prin donații oferite de Raiffeisen Bank în cadrul a două evenimente de strângere de fonduri, am susținut serviciile de îngrijire paliativă pentru 110 pacienți și asistență socială pentru 300 de persoane aparținători ai pacienților. În al doilea rând, Raiffeisen Bank a oferit sprijin financiar în efortul organizației de a strânge fonduri necesare pentru construcția unui centru de îngrijire paliativă în București.

## Sport

Raiffeisen Bank susține sportul de masă ca stil de viață sănătos și echilibrat. În anul 2011 am continuat parteneriatele strategice pentru evenimentele **Bucharest International Marathon** și **Sport Arena Streetball**.

„Raiffeisen Bank Bucharest International Marathon” este primul maraton din România acreditat și recunoscut la nivel internațional, înscris în lista oficială a maratoanelor lumii și afiliat AIMS (Asociația Internațională a Maratoanelor Stradale). De asemenea, este anunțat în lista de evenimente oficiale pe site-ul Federației Române de Atletism. Scopul evenimentului este adoptarea prin sport de către locuitorii din mediul urban, în special, a unui mod de viață sănătos și echilibrat. Cea de-a IV-a



ediție, care a avut loc în perioada 7-9 octombrie 2011, a înregistrat un număr de peste 6.000 de participanți, din peste 35 de țări. Din partea băncii au fost prezenți la maraton 88 de angajați, dintre care 9 maratonisti, 8 alergători la semimaraton, 4 echipe de ștafetă, 39 de alergători la cursa populară și 16 copii ai angajaților la cursa copiilor.



**Sport Arena Streetball** a avut aproximativ 900 de echipe participante, adică peste 4.500 de jucători amatori din 5 țări și 15.000 de spectatori. De asemenea, în 2011 a fost organizat pentru a treia oară Campionatul European de Slamdunk, cu participanți din 8 țări. Sport Arena Streetball este unul dintre cele mai mari turnee 3x3 din Europa din punct de vedere al numărului de jucători și spectatori și este unul dintre cele mai bine organizate din lume. „Turneul din cadrul Politehnicii București este unul dintre pilonii dezvoltării baschetului 3x3 din lume”, se arată într-o scrisoare remisă către organizatorii români de către FIBA.

### Dezvoltare comunitară

Deși banca a susținut și în anii anteriori proiecte de dezvoltare comunitară, începând cu anul 2011 această cauză a căpătat contur prin lansarea programului pilot de granturi, **Raiffeisen Comunități**, singurul de acest gen inițiat de o bancă din România.

Prin acest proiect, susținut de o platformă online, Raiffeisen Bank a acordat finanțări unor proiecte comunitare din localitățile în care banca este activă (fiind încurajate localitățile mai puțin dezvoltate). Programul a reprezentat o invitație la mobilizare pentru organizațiile neguvernamentale (ONG-uri), spitale și școli care doreau să implementeze proiecte locale de dimensiuni mici sau medii, plafonul maxim de finanțare alocat fiind de 5.000 euro (22.000 lei) / proiect. Raiffeisen Comunități a atras în anul 2011 5% din valoarea totală a contribuției investite în proiecte comunitare.

În competiția de granturi s-au înscris 391 de proiecte. Dintre acestea, 156 au trecut de selecția internă (pe baza documentației depuse și a respectării criteriilor de eligibilitate din regulament) și au fost supuse votului public. În cele din urmă, 17 proiecte au fost declarate câștigătoare și au beneficiat de finanțarea Raiffeisen Bank. La sfârșitul anului 2011, 7 proiecte erau finalizate, restul fiind încă în desfășurare.

Programul de Granturi Raiffeisen Comunități a obținut premiul I pentru “Practici sustenabile de business” în cadrul Galei Business Review.

#### 4.3.4. Acoperirea geografică <sup>13)</sup>

Zona geografică	Valoarea contribuției %	Valoarea contribuției RON
București	32%	1.853.147
Altele	13%	729.834
Brașov	12%	677.293
Cluj	12%	665.093
Iași	12%	665.093
Constanța	11%	621.839
Timiș	6%	342.355
Sibiu	1%	43.284
Bacău	1%	36.131
Teleorman	1%	33.994

<sup>13)</sup> Conform raportării oferite de Raiffeisen Bank, acoperirea geografică a proiectelor susținute de bancă este mai mare decât este prezentată în acest tabel. Cum însă valorile financiare au fost mici în celelalte zone, pentru a face cât mai ușoară citirea informațiilor prezentate, am ales să păstrăm în acest tabel doar acele zone geografice în care investiția băncii a depășit 1% din valoarea totală investită.

Analiza tabelului de mai sus arată faptul că în 2011 banca a continuat să răspundă nevoilor comunitare din întreaga țară, din dorința de a avea o acoperire cât mai largă la nivel național.

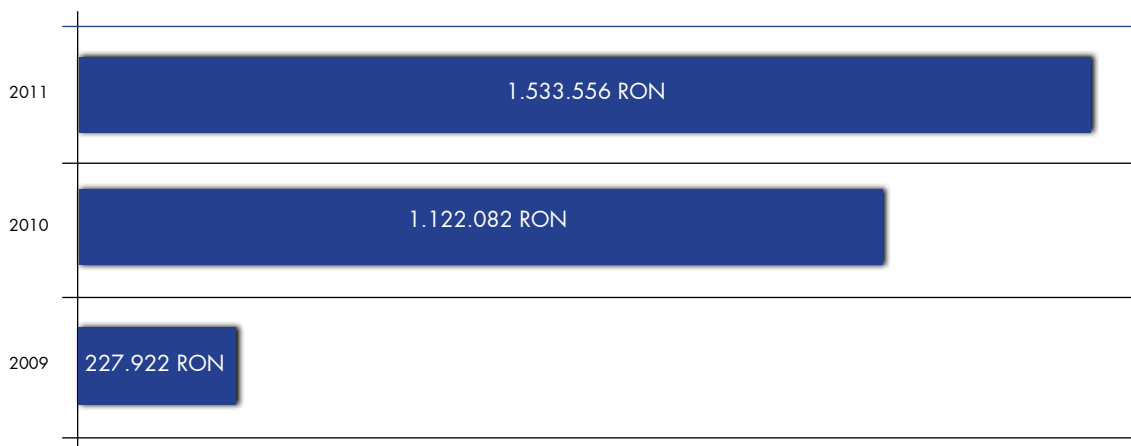
București este în continuare orașul cel mai puternic susținut cu investiții comunitare. Chiar dacă cele mai multe investiții au fost în acest an în capitală, procentul acestora a scăzut totuși cu 8% față de anul 2010, în timp ce în alte regiuni acestea au crescut semnificativ, iar altele noi au fost incluse.

Județul în care s-a investit cel mai mult în 2011 a fost Brașov. Acesta a cunoscut cea mai importantă creștere comparativ cu anul 2010, cu 546.351 RON mai mult, sumă ce reprezintă un salt procentual de la 2% la 12%. Printre primele județe susținute de Raiffeisen Bank sunt Cluj, Iași, Constanța și Timiș, unde investițiile au crescut cu procente între 2 și 5%.

#### 4.3.5. Resursele suplimentare atrase

Conform standardului LBG, companiile pot raporta totodată și resursele investite de alți actori importanți în proiectele pe care le susțin. Resursele suplimentare atrase sunt raportate atunci când aceste contribuții sunt posibile datorită faptului că finanțarea companiei a atras atenția asupra cauzei propuse de organizația beneficiară sau pentru că a pus la dispoziția acestor actori un mecanism prin care să poată contribui mai ușor.

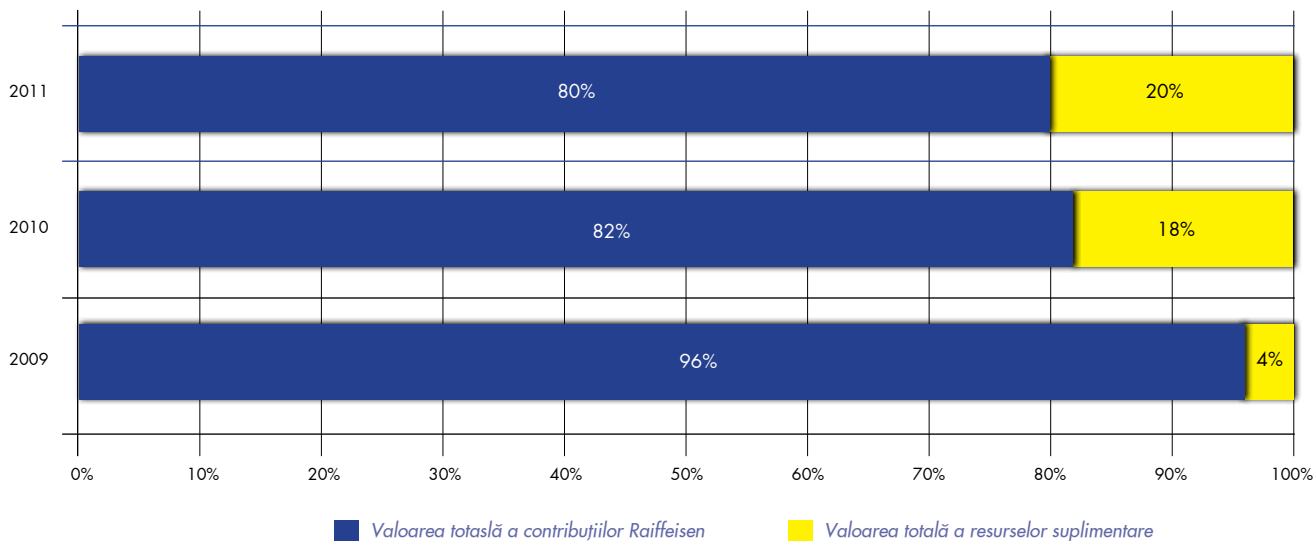
*Resurse suplimentare atrase (RON)*



Din graficul de mai sus reiese faptul că resursele atrase suplimentar au crescut semnificativ de la un an la altul. Astfel, în 2011, volumul resurselor atrase raportate de bancă și partenerii săi comunitari a fost cu 35% mai mare decât în anul precedent.



**Raportul dintre resursele investite de Raiffeisen Bank și fondurile suplimentare atrase**



În aceste condiții, dacă în 2009 Raiffeisen Bank a raportat că resursele suplimentare au reprezentat 4% din totalul resurselor care au ajuns în comunitate datorită eforturilor sale, în 2011 acest procent a ajuns la 20%, suma totală care a ajuns în comunitate fiind de 7.643.791 RON.

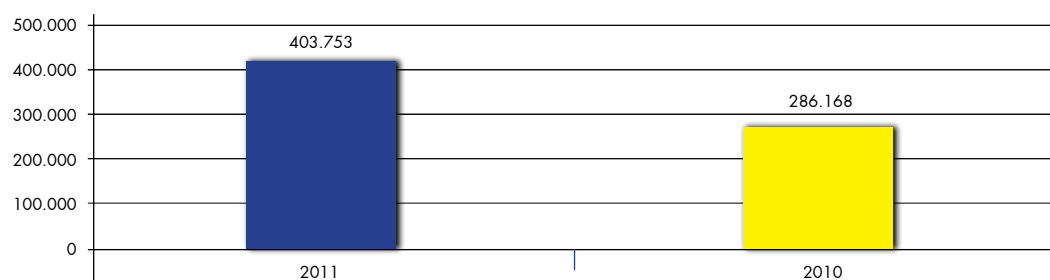
Creșterea de la un an la altul a contribuțiilor suplimentare atrase demonstrează succesul pe care partenerii comunitari îl au în a utiliza eficient mecanisme de atragere de fonduri. De asemenea, utilizarea acestor mecanisme de la un an la altul, ajută partenerii comunitari ai Raiffeisen Bank să își consolideze poziția în comunități, să își lărgescă baza de susținători și să promoveze cauza pe care o adresează. Toate aceste beneficii contribuie la dezvoltarea organizațională a partenerilor băncii, răspunzând astfel unuia din obiectivele Raiffeisen Bank - acela de a consolida societatea civilă.

La fel ca în anul 2010, principalele surse ale acestor contribuții suplimentare au fost campaniile sau evenimentele de atragere de fonduri ale partenerilor comunitari și donațiile din partea angajaților băncii, precum și voluntariatul în timpul liber.

**4.3.6. Rezultate în comunitate**

Pe durata anului 2011, partenerii comunitari ai băncii au asistat peste 400.000 de beneficiari, cu 40% mai mulți față de anul anterior.

**Beneficiari susținuți prin programe comunitare**

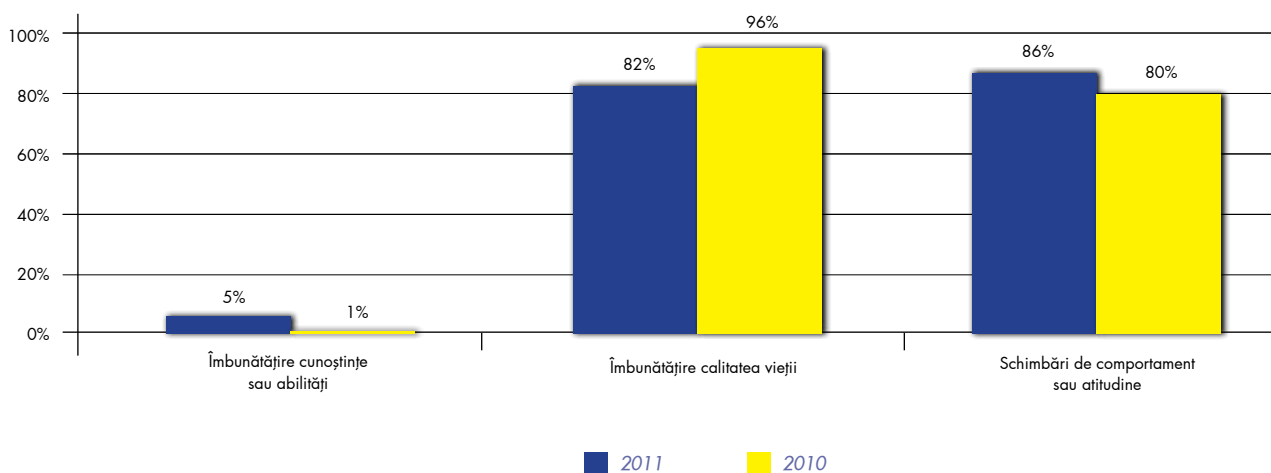


Proiectele din acest an s-au adresat unui număr mare de persoane (fiind în special proiectele de mediu, sport, artă și cultură), dar nu s-au concentrat pe anumite categorii de beneficiari, considerându-se că succesul proiectelor este dat și de diversitatea persoanelor implicate. Tinerii și copiii reprezintă totuși una dintre categoriile cărora partenerii comunitari ai băncii s-au adresat prin inițiativele lor, urmate apoi de proiectele destinate persoanelor cu nevoi speciale.

Modelul de raportare LBG măsoară trei categorii de schimbări: de comportament și atitudine, acumulare de abilități și cunoștințe, respectiv îmbunătățirea calității vieții.

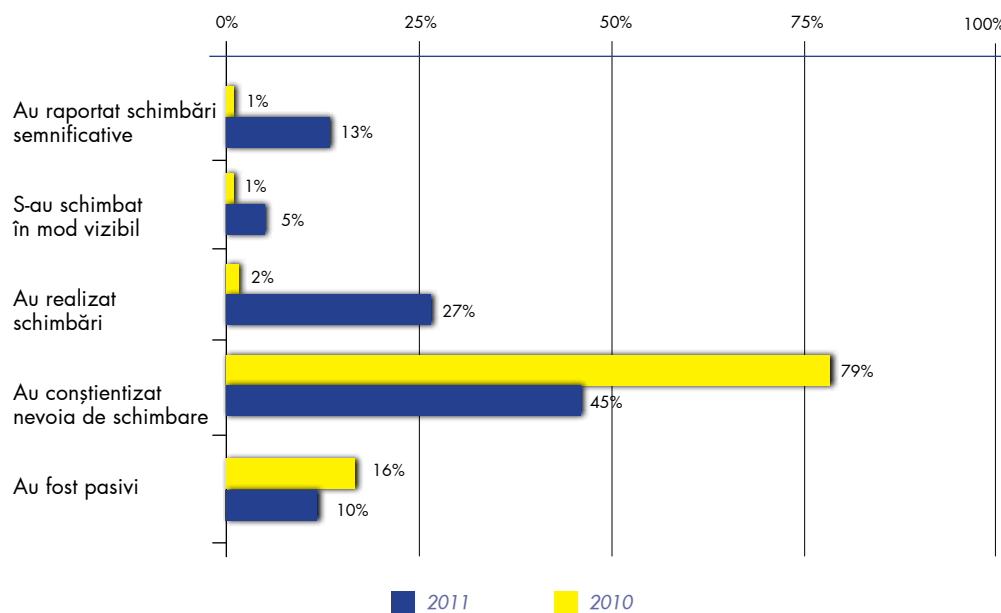
Ca și în anul precedent, principalele proiecte comunitare s-au axat pe schimbarea comportamentului oamenilor și îmbunătățirea calității vieții lor. Majoritatea beneficiarilor provin din parteneriatele strategice, care vizează schimbarea modului de viață, protejarea mediului înconjurător, promovarea sportului sau a activităților artistice, domenii care mobilizează un număr mare de oameni și comunități.

#### Tipul de schimbări generate în rândul beneficiarilor



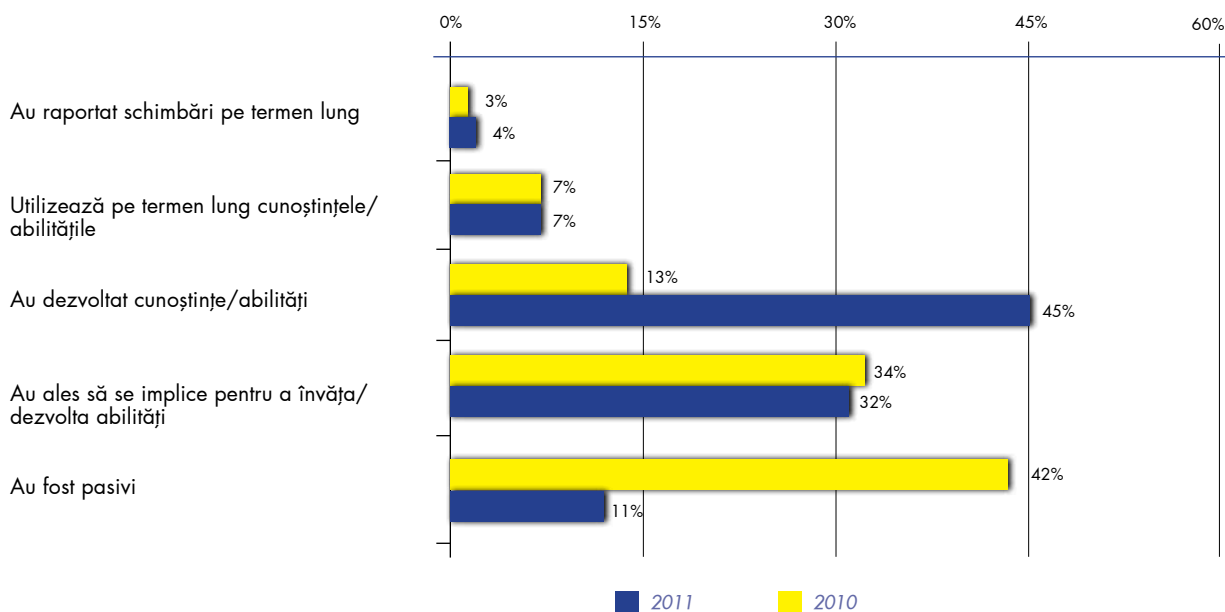
Pentru toate cele trei tipuri de schimbări, partenerii comunitari au raportat și gradul de profunzime. Principala deosebire care se observă față de anul precedent ține de gradul de implicare a oamenilor pentru rezolvarea unei probleme sau satisfacerea unei nevoi. Dacă în anul 2010 majoritatea beneficiarilor au fost raportați ca aflându-se în etape în care erau pasivi sau conștienți de o nevoie, în 2011 procentele au crescut în rândul beneficiarilor care au ales să aplice schimbările propuse de organizații.

*Schimbări de comportament al beneficiarilor sprijiniți în proiect*



Această tendință de asumare a unor schimbări s-a regăsit atât în ceea ce privește comportamentul beneficiarilor cât și în ceea ce privește acumularea de cunoștințe sau abilități.

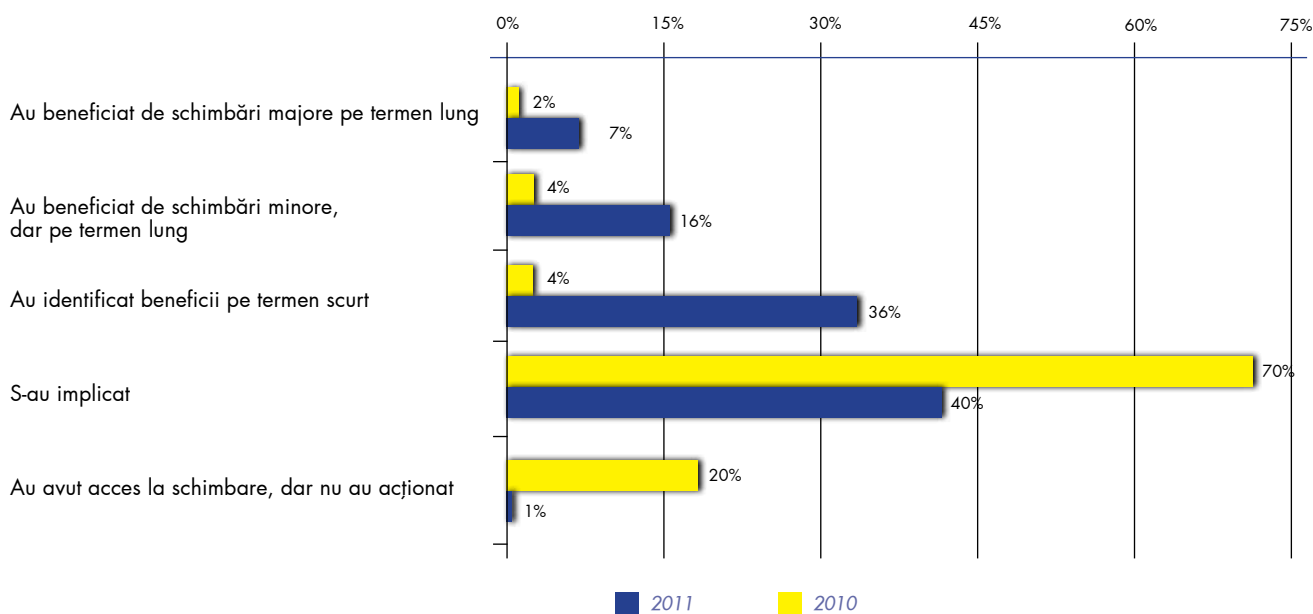
*Schimbări privind abilitățile și cunoștințele acumulate de beneficiari*



Având în vedere faptul că aproape 90% din parteneriatele companiei sunt considerate strategice, este de așteptat ca intervențiile asupra beneficiarilor să determine crearea unor comportamente noi sau utilizarea cunoștințelor pe termen lung. Graficele de mai sus ne arată că parteneriatele băncii sunt încă tinere, iar intervențiile asupra beneficiarilor sunt încă în etape incipiente. Dacă ne uităm la evoluția produsă în doi ani, este îndreptățit să așteptăm ca o parte din beneficiarii care acum sunt în primele etape ale îmbunătățirii comportamentului, cunoștințelor sau abilităților să ajungă în stadii mai avansate de schimbare. Evoluția va putea fi observată însă doar dacă partenerii noștri comunitari au instrumente proprii de monitorizare a acestor schimbări la nivelul beneficiarilor.

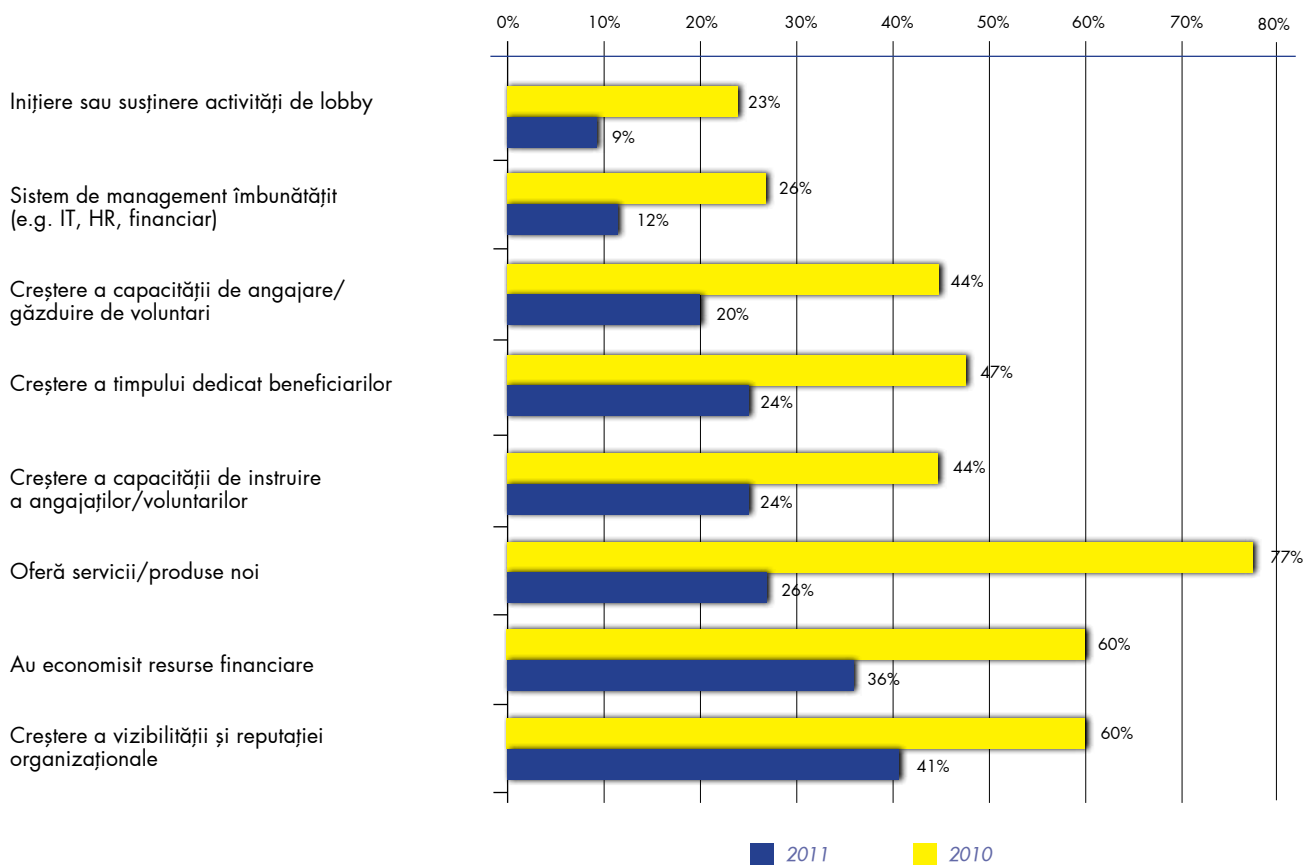
Și în cazul proiectelor ce și-au propus îmbunătățirea calității vieții se pot observa îmbunătățiri în ceea ce privește schimbările pe termen lung. Dacă în anul precedent majoritatea beneficiarilor doar conștientizau oportunitățile oferite de partenerii comunitari (70%), deja în 2011 pot fi observate evoluții mai de profunzime.

### Schimbări privind calitatea vieții beneficiarilor proiectului



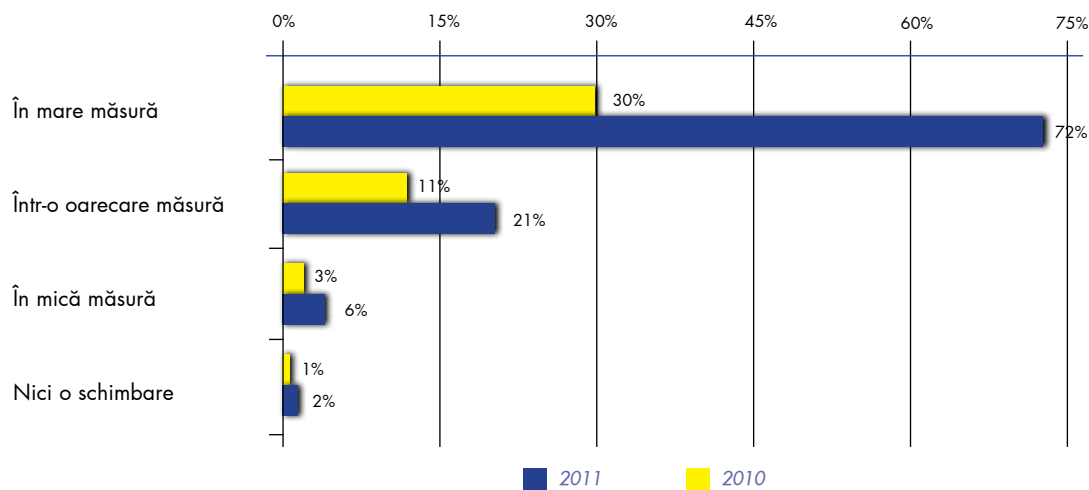
Analiza datelor ne-a permis să observăm și schimbările raportate de parteneri în urma sprijinului oferit de bancă. Comparativ cu anul anterior, în 2011 partenerii comunitari au păstrat în top aceleași schimbări, însă prioritar s-au regăsit crearea de vizibilitate și economisirea resurselor proprii. Acest lucru indică faptul că în 2010 parteneriatele erau încă în faze inițiale, când serviciile oferite beneficiarilor erau încă în faza de conturare, adaptare sau consolidare. Îndreptarea atenției organizațiilor asupra economisirii resurselor și creșterea vizibilității demonstrează faptul că aceste parteneriate intră în etape noi, când serviciile sau abordările de lucru cu beneficiarii sunt clare. În aceste etape încep să capete prioritate nevoile de promovare și de consolidare a bazei de susținători.

**Schimbări generate în cadrul organizațiilor partenere**



Trecerea la noi etape de dezvoltare a parteneriatelor comunitare a generat și o creștere a profunzimii schimbărilor raportate de acestea. Astfel, prin intermediul proiectelor implementate împreună cu Raiffeisen Bank, partenerii comunitari au putut investi mai multă energie în promovarea organizației, atragerea de susținători, îmbunătățirea relației cu beneficiarii și în dezvoltarea organizațională.

**Profunzimea schimbărilor raportate de partenerii comunitari**



#### 4.3.7. Rezultate în companie

Spre deosebire de anul anterior, în 2011 modelul de raportare LBG a adus ca noutate colectarea și interpretarea de date privind modul în care proiectele comunitare influențează compania. Acest instrument a permis bancii să afle modul în care relaționează cu una din părțile co-interesate, și anume angajații săi implicați în acțiuni de voluntariat.

Raiffeisen Bank consideră că angajații săi pot influența foarte mult cultura organizațională și pot fi o resursă importantă pentru atingerea obiectivelor comunitare pe care banca și le-a propus. În consecință relația cu aceștia este extrem de complexă și importantă.

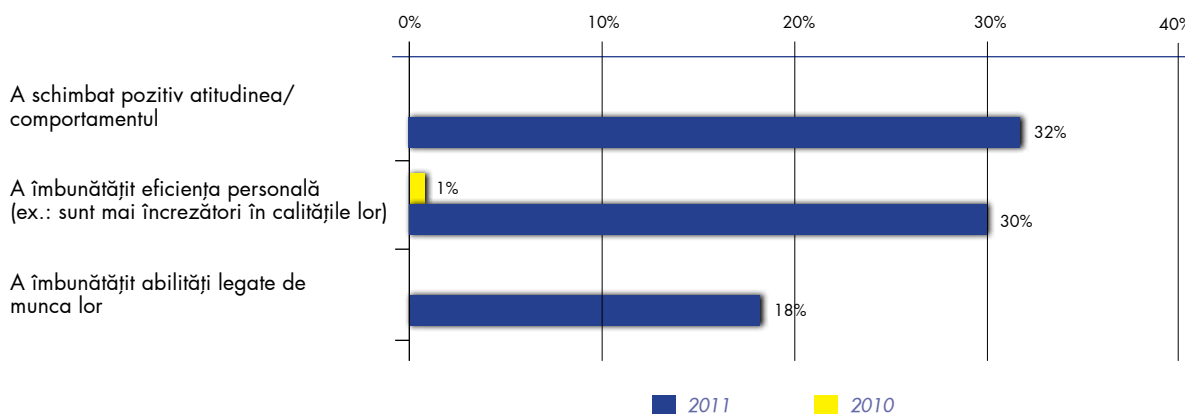
În anul 2011, numărul angajaților Raiffeisen Bank care au desfășurat activități de voluntariat aproape s-a triplat, astfel ei ajungând să reprezinte 4% din totalul angajaților băncii. Totodată, aceștia au dedicat în medie 1 zi din timpul de lucru programelor comunitare. Mai mult, valoarea timpului asociat activităților de voluntariat ale angajaților Raiffeisen Bank a crescut de aproape 4 ori față de anul precedent.

#### Activități de voluntariat

	2010	2011
Număr total voluntari	86	227
Numar total de ore de voluntariat (în timpul orelor de lucru) (ore)	628	1.844
Valoarea totală a timpului asociat activităților de voluntariat (RON)	6.724	22.193

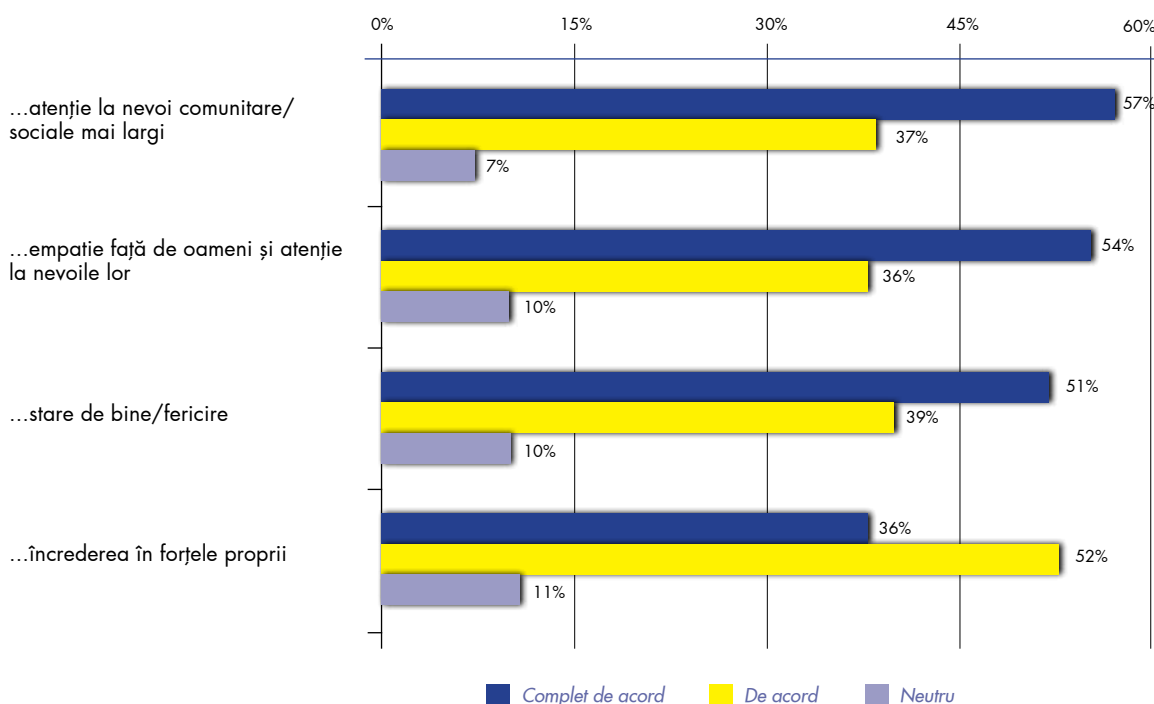
Modul în care angajații au perceput implicarea lor în activități de voluntariat și modul în care ei pot ajuta beneficiarii programelor comunitare, dar și relația cu banca și schimbările la nivel personal au fost evaluate prin intermediul unui chestionar. Rezultatele relevă faptul că, prin activități de voluntariat, angajații au simțit schimbări mai degrabă de ordin personal, decât în ceea ce privește relația lor cu compania. Acest lucru arată faptul că motivațiile care îi determină să se implice țin mai degrabă de sentimentul de împlinire personală sau de dorința de a-i ajuta pe cei din jur și doar pe plan secundar apar motivații ce țin de locul de muncă (dezvoltare profesională, relația cu colegii, îmbunătățirea performanței la locul de muncă, acumulare de experiență).

#### Tipuri de schimbări raportate de voluntari



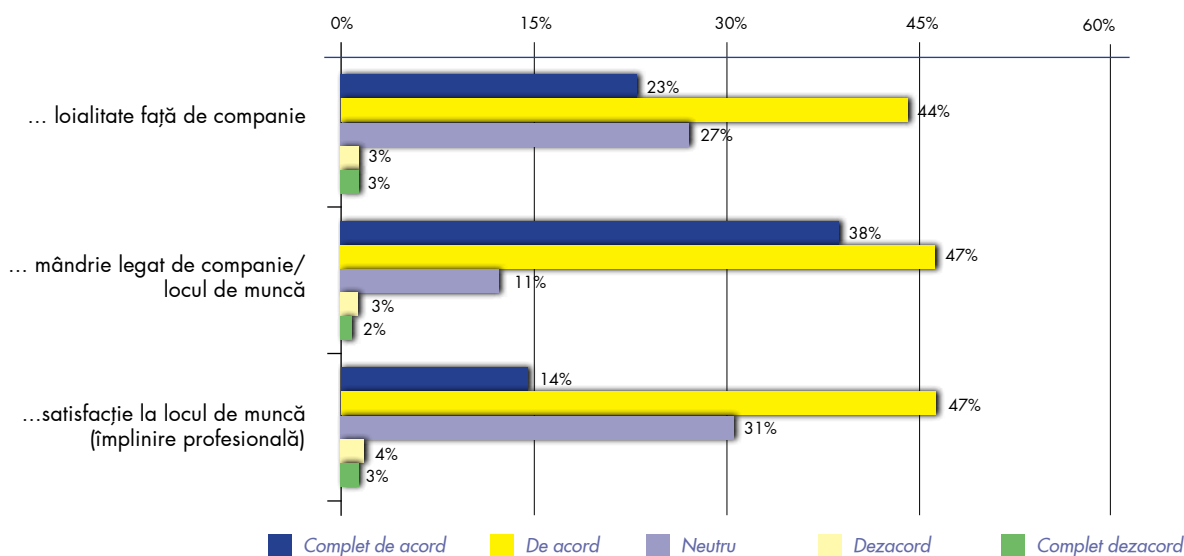
Această ipoteză este susținută și de răspunsurile oferite de voluntarii Raiffeisen Bank care au completat întrebările mai detaliate ce țin de dezvoltarea personală și profesională ca urmare a implicării lor în activitățile de voluntariat. Peste 90% din respondenți au spus că sunt de acord cu faptul că activitățile de voluntariat le-au influențat modul în care văd nevoile oamenilor din jur și că activitățile de acest tip le-au insuflat un sentiment de împlinire. 88% din respondenți au declarat că în urma implicării lor au câștigat încredere în forțele proprii. Pentru toate aceste întrebări, procentul celor care nu au simțit neapărat că au câștigat ceva la nivel personal a fost între 7 și 11%.

**Voluntarii băncii au raportat ca beneficiu personal...**



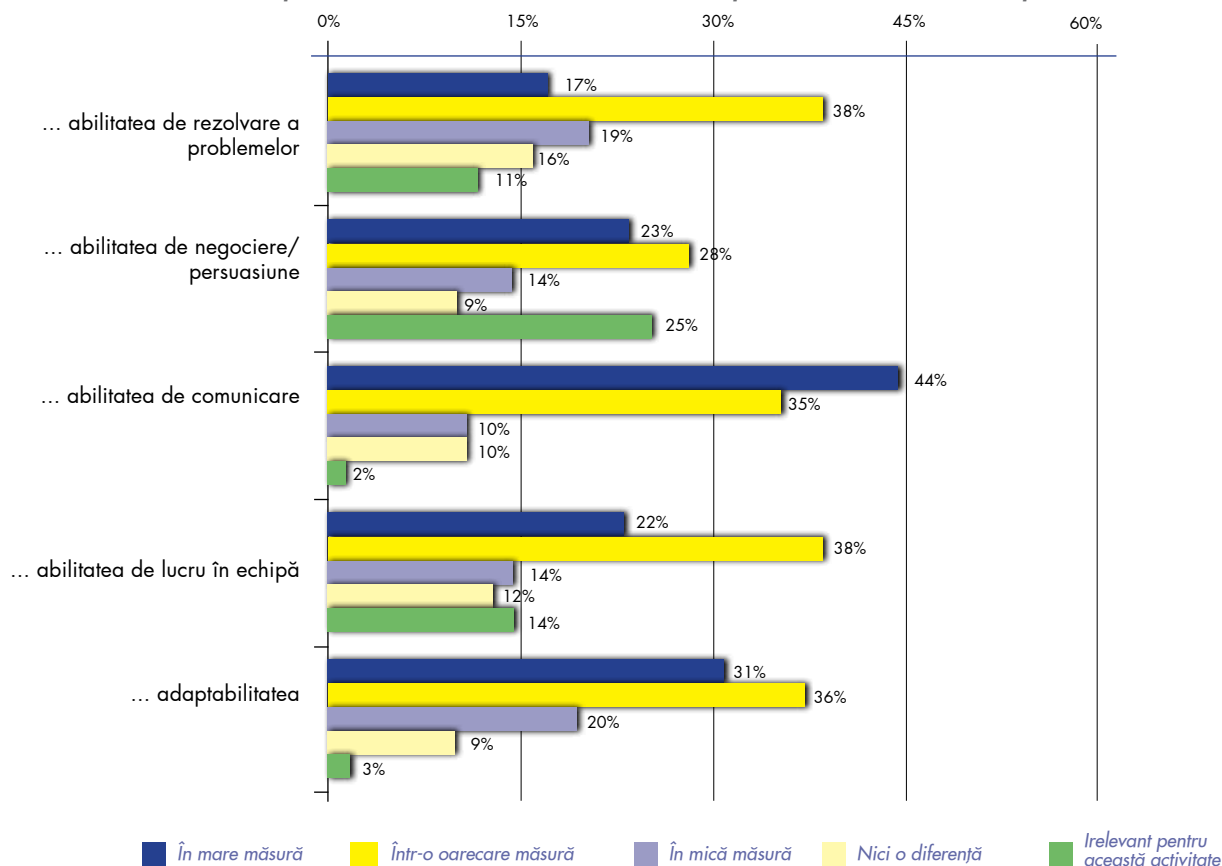
În ceea ce privește beneficiile ce țin de raportarea angajaților față de bancă, majoritatea respondenților au declarat că au simțit îmbunătățiri: fie că sunt mândri că lucrează în bancă datorită faptului că s-au implicat în activități comunitare, că se simt mai loiali față de bancă sau că simt satisfacție la locul de muncă.

**Voluntarii Raiffeisen Bank au simțit...**



Această diversitate a răspunsurilor ce țin de relația dintre voluntariat și performanța la locul de muncă poate fi observată și în urma răspunsurilor oferite la întrebările mai detaliate. Aceste răspunsuri ne arată că prin proiectele derulate împreună cu partenerii comunitari, banca poate explora modalități nu doar de atingere a obiectivelor de implicare comunitară, ci și de dezvoltare profesională a angajaților care se implică în activități de voluntariat.

**Luând în considerare eficiența personală, voluntarii Raiffeisen Bank au raportat schimbări în ceea ce privește...**





## Concluzii



Raiffeisen Art Proiect

TEATRUL  
**AT**  
Aplaudat din 1998

**ABSOLUT!**  
După Ivan Turbincă, de Ion Creangă

Absolut! Spectacol pus în scenă de Alexandru Dabija la Teatrul Act  
20 de spectacole cu peste 3.000 de spectatori

## 5. Concluzii

În 2011 valoarea totală a investițiilor în comunitate a Raiffeisen Bank împreună cu angajații, clienții și partenerii săi reprezintă 0,4% din cifra de afaceri și 1,57% din profitul brut.

Aceste date arată faptul că în 2011 Raiffeisen Bank s-a apropiat de procente medii de investiții în cauze comunitare din țările cu tradiție de implicare în comunitate și, în unele cazuri, le-a depășit. Iată câteva procente raportate de alte țări în 2011 pe model LBG:

- Marea Britanie - contribuțiile în proiecte comunitare reprezintă 1,2% din profitul brut (anul 2011), 0,19% din cifra de afaceri și o contribuție medie în CCI<sup>1)</sup> per angajat de £ 471.
- Australia și Noua Zeelandă – contribuțiile în proiecte comunitare reprezintă 0,60% din profitul brut și 0,08% din cifra de afaceri și o contribuție medie în CCI per angajat de \$ 392.

### **Eficiența Raiffeisen Bank în cifre**

Pentru **1 beneficiar** deservit în 2011, Raiffeisen Bank a investit resurse financiare, de timp și în natură în valoare medie de **15 RON<sup>2)</sup>**.

Fiecare **1 RON** investit de Raiffeisen Bank în programe comunitare a generat alți **0,25 RON** prin inițiative de atragere de fonduri organizate de partenerii comunitari.

În 2011 Raiffeisen Bank a avut o contribuție medie de **1.033 RON/244 EUR** pentru fiecare angajat al său.

<sup>1)</sup> Investiții în comunitate ale companiilor.

<sup>2)</sup> În 2010, resursele financiare, de timp și în natură investite de Raiffeisen Bank au avut o valoare medie de 18 RON/1 beneficiar. Valoarea mai mică din 2011 se justifică prin faptul în acest an am avut o creștere cu 40% a numărului de beneficiari, în timp ce suma totală a contribuțiilor investite în comunitate a crescut cu 19%. Cum majoritatea beneficiarilor provin din parteneriatele strategice, aceleași ca și în anii anteriori, rezultă că resursele investite de bancă au avut un impact asupra unui număr mai mare de beneficiari.

# Anexa 1

## Index de conținut GRI - G3.1, Nivel C\*

### RAPORTARE STANDARD PARTEA I: Raportarea Profilului Organizației

#### 1. Strategie și analiză

Raportare Profil	Descriere	Raportat	Pagină
1.1	Declarație din partea celui mai senior factor decizional al organizației referitoare la sustenabilitatea organizației și a obiectivelor sale	Parțial	4

#### 2. Profil organizațional

Raportare Profil	Descriere	Raportat	Pagină
2.1	Numele organizației	Integral	9
2.2	Principalele mărci, produse și/sau servicii	Integral	9
2.3	Structura operațională a organizației, inclusiv principalele divizii sau subsidiare	Integral	9, 10
2.4	Adresa sediului central al organizației	Integral	51
2.5	Numărul de țări în care operează organizația și numele țărilor cu operațiuni majore sau cu relevanță pentru temele de sustenabilitate cuprinse în raport	Integral	9
2.6	Natura juridică și forma de proprietate	Integral	9
2.7	Piețele deservite (pe regiuni geografice, sectoare și tipuri de clienți)	Integral	9, 10
2.8	Dimensiunea organizației care raportează	Integral	9
2.9	Schimbări semnificative care au avut loc în perioada de raportare, cu privire la dimensiune, structură sau acționariat	Integral	9, 10
2.10	Premii obținute în perioada de raportare	Integral	28, 31

#### 3. Parametrii Raportului

Raportare Profil	Descriere	Raportat	Pagină
3.1	Perioada de raportare pentru informațiile furnizate	Integral	4
3.2	Data celui mai recent raport (dacă există)	Integral	4
3.3	Ciclul de raportare	Integral	4
3.4	Contact pentru întrebări legate de conținutul raportului	Integral	51
3.5	Procesul de definire a conținutului raportului	Integral	4, 17, 18
3.6	Acoperirea raportului (ex. țări, divizii, subsidiare etc.)	Integral	17, 18
3.7	Limitări specifice legate de scopul sau acoperirea acestui raport	Integral	17, 18
3.8	Temeiul pentru raportarea pentru subsidiare, divizii, furnizori sau alte entități care pot afecta semnificativ conținutul raportului de la un ciclu de raportare la altul	Neraportat	
3.10	Explicații pentru reveniri asupra informațiilor declarate în rapoarte anterioare	Nu se aplică	
3.11	Schimbări semnificative față de raportarea anterioară, privind scopul, acoperirea sau metodele de măsurare acoperite în raport	Nu se aplică	
3.12	Index de conținut GRI	Integral	43

#### 4. Guvernanță, angajamente și implicare

<i>Raportare Profil</i>	<i>Descriere</i>	<i>Raportat</i>	<i>Pagină</i>
4.1	Conducerea organizației / Structura de management a organizației	Integral	9, 10
4.2	Indicați dacă persoana care se află la conducerea celei mai înalte structuri de guvernanță este și director executiv	Integral	9, 10
4.3	Pentru organizații care au o structură unitară a consiliului de administrație, declarați numărul și genul membrilor celei mai înalte structuri de guvernanță care sunt independente	Integral	9, 10
4.4	Mecanisme prin care acționarii și angajații pot furniza recomandări către structurile de conducere	Neraportat	
4.14	Lista grupurilor cointeresate care au fost angajate în dialog de către organizație	Parțial	21, 38, 39
4.15	Criteriile de identificare și selecție a grupurilor cointeresate cu care organizația a angajat un dialog	Parțial	21, 38, 39

#### RAPORTARE STANDARD PARTEA III: Indicatori de performanță

##### Economic

<i>Indicator de performanță</i>	<i>Descriere</i>	<i>Raportat</i>	<i>Pagină</i>
<b>Performanță economică</b>			
EC1COMM	Valoarea economică directă generată și distribuită, inclusiv venituri, costuri operaționale, compensații pentru angajați, donații sau alte investiții în comunitate, plăți către furnizori de capital sau guverne	Integral	12
EC2	Implicații financiare și alte riscuri și oportunități pentru activitățile companiei, datorate schimbărilor de climat	Nu se aplică	
EC3	Gradul de acoperire a obligațiilor planului de beneficii al organizației	Neraportat	
EC4	Sprîjin financiar semnificativ primit de la guvern	Integral	20

##### Prezență pe piață

EC5	Procentul salariului mediu al unui angajat nou, în funcție de gen, comparativ cu salariul minim pe economie	Integral	14
EC6	Politici, proceduri și procentul de cheltuieli pentru furnizori cu sediul la nivel local	Neraportat	
EC7	Proceduri pentru angajarea persoanelor de la nivel local și procentul de personal de management angajat din comunitatea locală	Integral	13

##### Impact economic indirect

EC8	Dezvoltarea și impactul investițiilor în infrastructură și servicii oferite în principal pentru beneficiul public	Neraportat	
EC9	Descrierea impactului economic indirect semnificativ, inclusiv anvergura impactului	Neraportat	

## Mediu

<i>Indicator de performanță</i>	<i>Descriere</i>	<i>Raportat</i>	<i>Pagină</i>
<b>Resurse</b>			
EN1	Materiale utilizate, în funcție de greutate sau volum	Integral	19
EN2	Procentajul de materiale folosite care sunt materiale de intrare reciclate	Integral	19
<b>Energie</b>			
EN3	Consum direct de energii din surse primare	Integral	18
EN4	Consum indirect de energie din surse primare	Integral	18
EN5	Energie economisită datorită îmbunătățirii eficienței	Integral	18
EN6	Inițiative pentru furnizarea de produse și servicii eficiente din punct de vedere energetic și bazate pe energii regenerabile	Integral	18, 19
EN7	Inițiative de a reduce consumul indirect de energie și rezultatele obținute	Integral	18, 19
<b>Apă</b>			
EN8	Cantitatea de apă consumată, în funcție de sursă	Integral	19
EN9	Surse de apă afectate semnificativ de consumul de apă	Nu se aplică	
EN10	Procentul și volumul total de apă reciclată și reutilizată	Neraportat	
<b>Biodiversitate</b>			
EN11	Locul și dimensiunea terenurilor aflate în proprietate sau închiriate sau administrate din zonele protejate sau cu biodiversitate crescută	Nu se aplică	
EN12	Descrierea impactului semnificativ al produselor și serviciilor asupra biodiversității sau a ariilor protejate	Nu se aplică	
EN13	Habitat protejate sau reamenajate	Nu se aplică	
EN14	Strategii, acțiuni curente sau planuri viitoare pentru administrarea impactului asupra biodiversității	Nu se aplică	
EN15	Numărul speciilor protejate care au habitatul în zone afectate de activitatea organizației	Nu se aplică	
<b>Emisii, ape menajere, deșeuri</b>			
EN16COMM	Totalul emisiilor de gaze cu efect de seră directe și indirecte în funcție de cantitate	Neraportat	
EN17	Alte emisii indirecte relevante de gaze cu efect de seră	Neraportat	
EN18	Inițiative de a reduce emisiile de gaze cu efect de seră și rezultatele obținute	Integral	18, 19
EN19	Emisii de substanțe cu efect asupra stratului de ozon, în funcție de greutate	Neraportat	
EN20	NOx, SOx și alte emisii, după tip și volum	Neraportat	
EN21	Cantitatea totală de apă deversată, după calitate și destinație	Neraportat	
EN22COMM	Greutatea totală a deșeurilor după tip și metoda de eliminare	Neraportat	
EN23	Număr total și volum al deversărilor semnificative	Nu se aplică	
EN24	Greutatea deșeurilor transportate, importate, exportate sau tratate, considerate periculoase conform Anexelor I, II, III și VIII ale Convenției Basel și procentul de deșeuri expediate la nivel internațional	Nu se aplică	
EN25	Identitatea, dimensiunea, biodiversitatea apelor afectate de evacuarea apei folosite de organizație	Nu se aplică	

<b>Produse și servicii</b>			
EN26	Inițiative de a contracara impactul de mediu al produselor și serviciilor și nivelul de contracarare	Neraportat	
EN27	Procentul de produse vândute și ambalajele care au fost cerute înapoi	Nu se aplică	
<b>Conformitate</b>			
EN28	Valoarea monetară a amenziilor semnificative și numărul total al sancțiunilor nonmonetare pentru nerespectarea legislației de mediu	Integral	20
<b>Transport</b>			
EN29	Impact de mediu semnificativ pentru transportul produselor sau altor materiale necesare activității organizației, inclusiv transportul angajaților	Neraportat	
<b>General</b>			
EN30	Totalul cheltuielilor și investițiilor de mediu, în funcție de tip	Neraportat	
<b>Social: practici de resurse umane</b>			
<b>Indicator de performanță</b>	<b>Descriere</b>	<b>Raportat</b>	<b>Pagină</b>
<b>Angajați</b>			
LA1	Totalul forței de muncă în funcție de tipul de muncă, contractul de angajare și regiune, împărțite în funcție de gen	Integral	13
LA2	Numărul total al angajaților și al noilor angajați, în funcție de vârstă, gen și regiune	Integral	13
LA3	Beneficii oferite angajaților full time, care nu sunt acordate și angajaților part time, în funcție de locațiile importante de operare	Integral	14
LA15	Întoarcerea la serviciu și păstrarea jobului după concediul maternal/paternal, în funcție de gen	Neraportat	
<b>Relații de muncă sau de management</b>			
LA4	Procentul angajaților acoperiți de negocieri colective	Integral	14
LA5	Minime înștiințări privind schimbări operaționale semnificative, inclusiv dacă acest lucru este specificat în contracte colective	Integral	14
<b>Sănătate și siguranță la locul de muncă</b>			
LA6	Procentul forței de muncă totală reprezentată în comitete de siguranță și protecție la locul de muncă cu participare managerială	Neraportat	
LA7	Rata de rănire, boli la locul de muncă, zile pierdute și absenteism, precum și numărul de calamități produse la locul de muncă, în funcție de regiune și de gen	Integral	15
LA8	Programe de educație, instruire, consultanță, prevenire și control al riscului la locul de muncă pentru angajați, familiile lor sau membri ai comunității	Nu se aplică	
LA9	Subiecte de sănătate și siguranță, acoperite în contracte formale cu sindicate muncitorești	Integral	15

**Instruire și educație**

LA10	Număr mediu de ore de instruire pe an pentru angajat, după sex și după categoria acestuia	Integral	14
LA11	Programe pentru managementul abilităților și învățare continuă, care susțin constanța angajării și îi asistă pe angajați în gestionarea pensionărilor	Integral	14, 15
LA12	Procentul de angajați care sunt evaluați pentru performanță și dezvoltarea carierei, în funcție de sex	Integral	14

**Diversitate și egalitate de șanse**

LA13	Componența organelor de conducere și defalcarea salariaților pe categorii de salariați, în funcție de sex, grupa de vârstă, apartenența la grup minoritar și alți indicatori de diversitate	Integral	12
------	---	----------	----

**Remunerare egală între femei și bărbați**

LA14	Raportul dintre salariul femeilor și cel al bărbaților, în funcție de categoria de angajați și în funcție de locațiile importante de operare	Neraportat	
------	--	------------	--

**Social: Drepturile Omului**

<b>Indicator de performanță</b>	<b>Descriere</b>	<b>Raportat</b>	<b>Pagină</b>
---------------------------------	------------------	-----------------	---------------

**Diversitate și egalitate de șanse**

HR1COMM	Procentul și numărul total de acorduri de investiții semnificative și contracte care includ clauze referitoare la drepturile omului sau care au fost supuse analizei privind drepturile omului	Neraportat	
HR2	Procentul de furnizori, contractori semnificativi și alți parteneri de afaceri care au fost supuși analizei privind drepturile omului și acțiunile întreprinse	Neraportat	
HR3	Totalul de ore de instruire a angajaților cu privire la politicile și procedurile legate de aspecte ale drepturilor omului care sunt relevante pentru operațiuni, inclusiv procentul de angajați instruiți	Integral	20

**Non discriminare**

HR4	Numărul total de incidente de discriminare și acțiunile corective întreprinse	Integral	20
-----	---	----------	----

**Libertate de asociere și negociere colectivă**

HR5	Dreptul de exercitare a libertății de asociere și negociere colectivă, riscul încălcării acestora și măsuri pentru protejarea lor	Neraportat	
-----	---	------------	--

**Exploatarea minorilor**

HR6	Operațiuni și furnizori importanți identificați ca având risc semnificativ de incidente de exploatare a minorilor și măsurile luate pentru a contribui la eliminarea acestora	Integral	20
-----	---	----------	----

**Muncă forțată**

HR7	Operațiuni și furnizori importanți identificați ca având risc semnificativ de incidente de muncă forțată sau obligatorie, și măsuri care să contribuie la eliminarea tuturor formelor de muncă forțată sau obligatorie	Nu se aplică	
-----	--	--------------	--

**Practici de securitate**

HR8	Procentul de personal de securitate instruit în politicile organizației sau proceduri legate de aspecte ale drepturilor omului care sunt relevante pentru operațiuni	Integral	20
-----	--	----------	----

**Drepturile persoanelor indigene**

HR9	Numărul total de incidente de încălcări ale drepturilor popoarelor indigene și acțiunile întreprinse	Nu se aplică	
-----	--	--------------	--

**Social: Comunitate**

<i>Indicator de performanță</i>	<i>Descriere</i>	<i>Raportat</i>	<i>Pagină</i>
---------------------------------	------------------	-----------------	---------------

**Comunități Locale**

SO1	Procent din operațiuni în care sunt implicate comunitățile locale, evaluări de impact și programe de dezvoltare	Neraportat	
SO9	Operațiuni cu impacte negative reale sau potențiale asupra comunităților locale	Neraportat	
SO10	Măsuri de prevenire și soluționare luate în legătură cu operațiunile cu impact negativ potențial sau real asupra comunităților	Neraportat	

**Corupție**

SO2	Procentul și numărul total de unități de afaceri analizate pentru riscurile legate de corupție	Integral	20
SO3	Procentul de angajați instruiți după procedurile și politicile anticorupție în organizație	Integral	20
SO4	Acțiunile întreprinse ca răspuns la incidente de corupție	Integral	20

**Politici publice**

SO5	Poziții de politici publice și participarea la dezvoltarea de politici publice și lobby	Integral	21, 22
SO6	Valoarea totală a contribuțiilor financiare și în natură către partidele politice, politicieni și instituțiile publice	Integral	20

**Comportament anti-concurențial**

SO7	Numărul total de acțiuni juridice pentru un comportament anti-concurențial, anti-trust, și practicile de monopol și rezultatele lor	Integral	20
-----	---	----------	----



<b>Conformitate</b>			
SO8	Valoarea monetară a amenzilor importante și numărul total de sancțiuni non-monetare pentru nonconcordanță cu legile și reglementările	Integral	20
<b>Social: Responsabilitate legată de produse</b>			
<b>Indicator de performanță</b>	<b>Descriere</b>	<b>Raportat</b>	<b>Pagină</b>
<b>Siguranța și sănătatea consumatorilor</b>			
PR1	Etapile ciclului de viață în care impactul produselor și serviciilor asupra sănătății și siguranței este evaluat pentru îmbunătățire, și procentul semnificativ de produse și servicii supuse la astfel de proceduri	Nu se aplică	
PR2	Numărul total de incidente de ne-conformitate cu reglementările și codurile voluntare cu privire la impactul asupra sănătății și siguranței al produselor și serviciilor pe parcursul ciclului lor de viață, în funcție de tipul de rezultate	Integral	20
<b>Etichetarea produselor și serviciilor</b>			
PR3	Tipul de informații despre produse și servicii impuse de proceduri și procentul de produse și servicii semnificative care fac obiectul acestor cerințe	Neraportat	
PR4	Numărul total de incidente de ne-conformitate cu reglementările și codurile voluntare cu privire la produse și servicii de informare și etichetare, în funcție de tipul de rezultate	Integral	20
PR5	Practici referitoare la satisfacerea clientului, inclusiv rezultatele cercetărilor care măsoară gradul de satisfacție al clienților	Integral	21
FS16	Inițiative de îmbunătățire a cunoștințelor în domeniul financiar în funcție de tipul de beneficiar	Integral	29, 30
<b>Comunicare de marketing</b>			
PR6	Programe pentru aderarea la legi, standarde și coduri voluntare referitoare la comunicare în marketing, inclusiv publicitate, promovare și sponsorizare	Neraportat	
PR7	Numărul total de incidente de ne-conformitate cu reglementările și codurile voluntare, cu privire la comunicarea de marketing, inclusiv publicitatea, promovarea și sponsorizarea în funcție de tipul de rezultate	Integral	20
<b>Conformitate</b>			
PR8	Numărul total de reclamații întemeiate cu privire la încălcarea drepturilor clientului cu privire la caracterul confidențial al informațiilor sau pierderilor de date despre clienți	Integral	20
PR9	Valoarea monetară a amenzilor importante pentru ne-conformitate cu legile și reglementările privind furnizarea și utilizarea produselor și serviciilor	Integral	20

\* Conform standardelor de evaluare pentru nivelul C, organizația trebuie să raporteze cel puțin 1 indicator pentru fiecare parametru de raportare (economic, mediu social etc)

## Anexa 2

### Parteneri

**Ambasada Austriei, Forumul Cultural  
Austriac**  
**Asociația „Compania de teatru  
Passe-Partout D.P.”**  
**Asociația Română a Iubitorilor Valsului  
„Johann Strauss”**  
**Asociația Culturală ACT**  
**Asociația Ivan Patzaichin, Mila 23**  
**Asociația Liga Studenților Români  
din Străinătate**  
**Asociația Ovidiu Rom**  
**Asociația pentru Protecția Consumatorilor**  
**Asociația ProVita**  
**Asociația Rokolectiv**  
**Asociația SoNoRo**  
**Bucharest Running Club**  
**Club Sportiv Sport Promotion**  
**Fundația Arhitect Design**  
**Fundația „Compania de Teatru D’Aya”**  
**Fundația Democrație prin Cultură**  
**Fundația Hospice - Casa Speranței**  
**Fundația Light into Europe**  
**Fundația Lumină în Suflet**  
**Fundația Principesa Margareta a României**  
**Fundația Renașterea pentru Educație,  
Sănătate și Cultură**  
**Green Revolution**  
**Junior Achievement România**  
**Mai Mult Verde**  
**Organizația Studenților din Universitatea  
de Vest Timișoara - OSUT**  
**Politehnica Timișoara**  
**UnitedWay România**

### Parteneri program Raiffeisen Comunități

**Asociația Comunitatea Surorilor Franciscane  
„Sub ocrotirea sfintei familii din Mellersdorf”**  
**Asociația Creștină de Caritate  
și Ajutor Ovidenia Bacău 2005**  
**Asociația “Deschide-ți sufletul”**  
**Asociația “Humans Profiles”**  
**Asociația al 6-lea jucător**  
**Asociația Colors**  
**Asociația EMMA**  
**Asociația Internațională a Studenților  
în Economie și Management Sibiu**  
**Asociația Învingem Autismul**  
**Asociația Motivați pentru reușită**  
**Centrul Român pentru Jurnalism  
de Investigație**  
**Fundația Danis pentru Dezvoltare  
Managerială**  
**Fundația Episcop Melchisedec - filiala Bacău**  
**Fundația Estuar**  
**Societatea Națională de Cruce Roșie  
din România - filiala Sectorului 1**  
**Spitalul Clinic de Recuperare Iași**  
**Spitalul Orășenesc Sfântul Dimitrie,  
Târgu Neamț**

## Anexa 3 - Contacte

### **Raiffeisen Bank**

#### **Administrația Centrală**

Piața Charles de Gaulle nr. 15  
Cod 011857, sector 1, București  
Tel.: +4 021 306 10 00  
Fax: +4 021 230 07 00  
E-mail: [centrala@raiffeisen.ro](mailto:centrala@raiffeisen.ro)  
<http://www.raiffeisen.ro>

#### **Direcția Comunicare și Relații Publice**

Direcția Comunicare și Relații Publice  
Bogdana Diaconu  
Raiffeisen Bank S.A.  
Piața Charles de Gaulle nr. 15, et. 5  
Sector 1, București  
Tel.: +4 021 306.16.43  
E-mail: [bogdana.diaconu@raiffeisen.ro](mailto:bogdana.diaconu@raiffeisen.ro)  
[www.raiffeisen.ro](http://www.raiffeisen.ro)

#### **Centrul Operațional Pipera**

B-dul Dimitrie Pompei nr. 9-9A  
Sector 2, București  
Tel.: +4 021 306 20 00  
Fax: +4 021 319 85 08