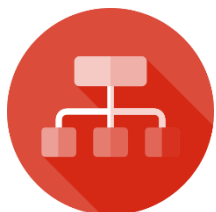


# Dinamica și perspectiva domeniului de CSR în România

Ediția 2021





**42%**

firme străine,  
19% cu  
capital mixt



**39%**

companii  
românești



**111**

respondenți



**15**

industrii



**34**

Specialiști  
de CSR și  
sustenabilitate



**35**

Specialiști de  
PR, Marketing  
sau Comunicare

## Despre studiul “Dinamica și perspectiva domeniului de CSR în România”

Acest studiu explorează percepțiile executivilor de top, directorilor, managerilor și specialiștilor de CSR din diverse companii din România cu privire la evoluția, dinamica și provocările acestui domeniu în 2021 și 2020. Sunt înșă prezentate și câteva serii de date cu evoluția din ultimii cinci ani.

Rezultatele studiului se bazează pe răspunsurile primite la un chestionar alcătuit din 30 de întrebări administrat online în perioada 2 august – 2 octombrie 2021. La chestionar au răspuns companii ce activează în 16 industrii. 99% dintre firmele respondente spun că derulează proiecte de CSR.



## TOP 5 CONCLUZII



**62% vs. 61%**

dintre companiile  
respondente definesc  
responsabilitatea socială  
ca etica în afaceri

**55% vs. 56%**

dintre companii spun  
că se implică în CSR  
deoarece face parte din  
strategia de relații publice



**83% vs. 73%**

dintre companii au vizat  
sănătatea pentru  
intervenție, urmată de  
domeniul educației

**38% vs. 22%**

dintre companiile  
respondente au avut numai  
3-4 persoane (FTE) în  
echipa de CSR

**41% vs. 10%**

dintre companii au derulat  
un număr de 11-20  
proiecte de CSR, dar 3%  
au avut mai mult  
de 51 de proiecte



## Principalele 5 concluzii ale ediției 2021 vs. 2020

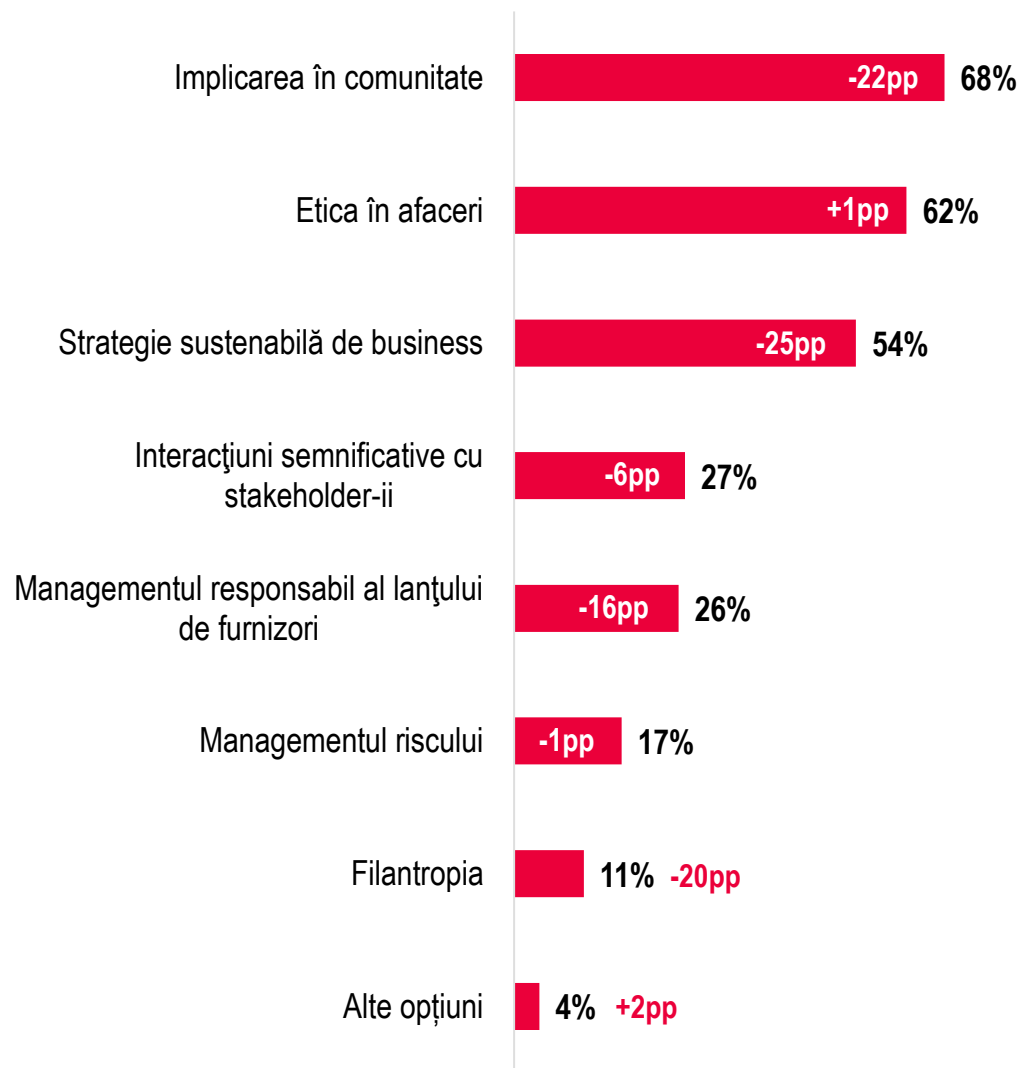
**Rezultatele** indică modul în care  
domeniului de CSR caută să răspundă  
provocărilor aduse de anul 2021.  
Implicarea în comunitate, sprijinul acordat  
domeniului de sănătate și orientarea spre  
beneficiarii finali sunt caracteristicile  
acestei analize.

Ajuns la a noua ediție, acest studiu aduce de  
fiecare dată imaginea la zi a domeniului de  
CSR și se adresează specialiștilor de CSR,  
dar mai ales managerilor și directorilor  
executivi care își doresc să înțeleagă evoluția  
acestui domeniu.



# REZULTATELE STUDIULUI





Total respondenți: 111  
(Au omis întrebarea: 0)

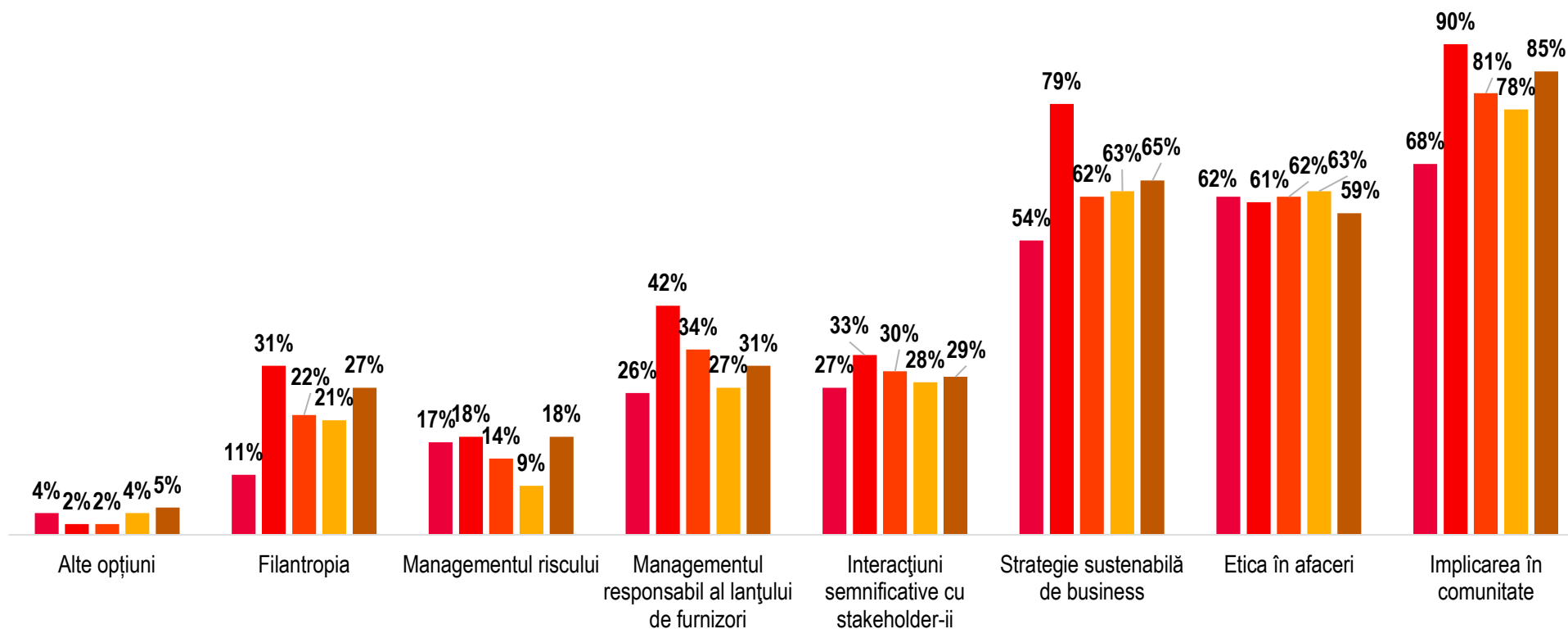
## Care dintre opțiuni considerați că e cea mai potrivită pentru a defini responsabilitatea socială? (mai multe variante de răspuns)

**54%** dintre companiile respondente, față de 79% anul trecut, definesc responsabilitatea socială ca strategie sustenabilă de business.

Față de 2020, rezultatele cercetării de anul acesta consemnează revenirea la nivelurile pre-pandemie. Astfel strategia sustenabilă de business scade de la 79% la 54% (-25pp), implicarea în comunitate scade de la 90% la 68% (-22pp), iar managementul responsabil al lanțului de furnizori de la 42% la 26% (-16pp).  
(Notă: pp – puncte procentuale)

# Care dintre opțiuni considerați că e cea mai potrivită pentru a defini responsabilitatea socială? (mai multe variante de răspuns)

■ 2021 ■ 2020 ■ 2019 ■ 2018 ■ 2017





Total respondenți: 111  
(Au omis întrebarea: 0)

## De ce se implică compania dumneavoastră în CSR?

(mai multe variante de răspuns)

**53%** dintre companii spun, în anul 2021, că se implică în CSR deoarece face parte din strategia lor de sustenabilitate și numai 37% față de 52% anul trecut, pentru că aceasta le aduce recunoaștere și vizibilitate.

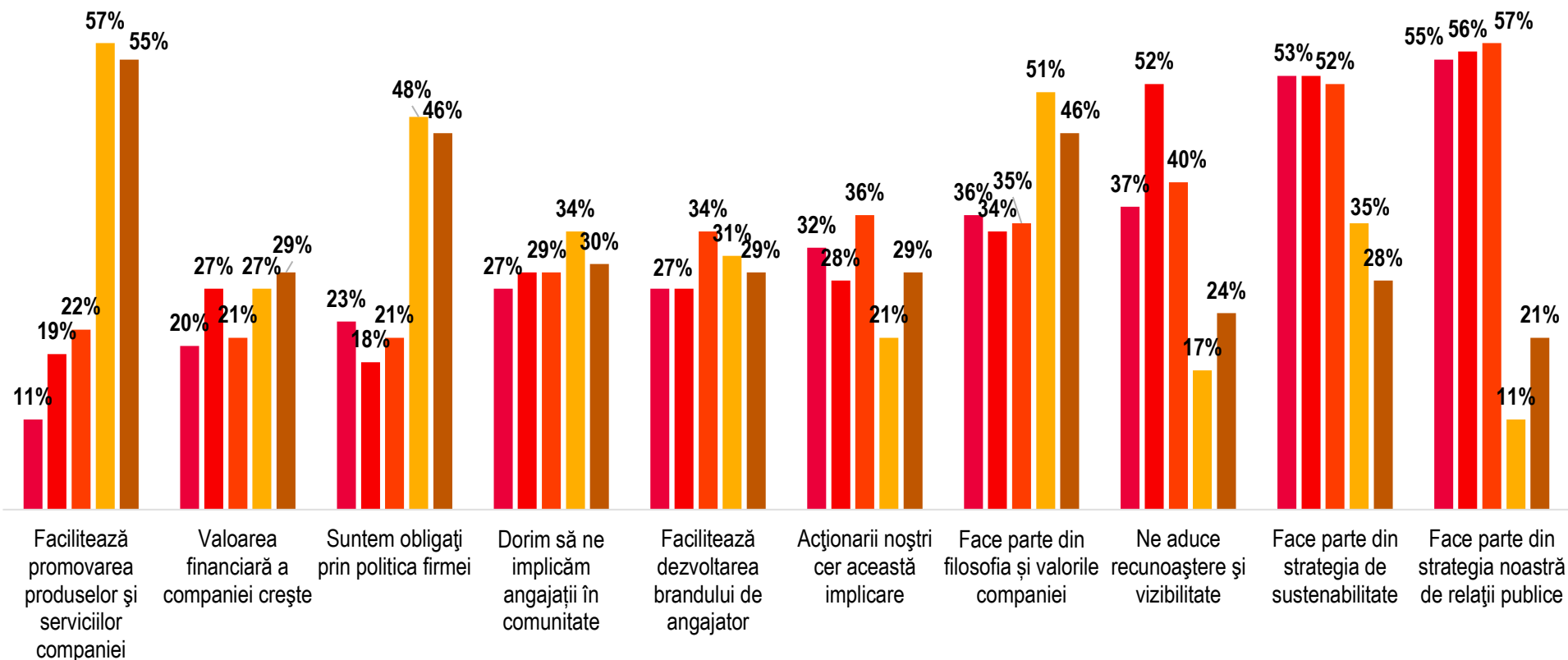
Deși cele mai multe companii, ca și anul trecut, spun că se implică în CSR deoarece face parte din strategia lor de relații publice (55%), sunt mai multe cele care spun că sunt conduse în acest sens prin politica firmei (+5pp), precum și cele care spun că acționarii cer această implicare (+4pp).



# De ce se implică compania dumneavoastră în CSR?

(mai multe variante de răspuns)

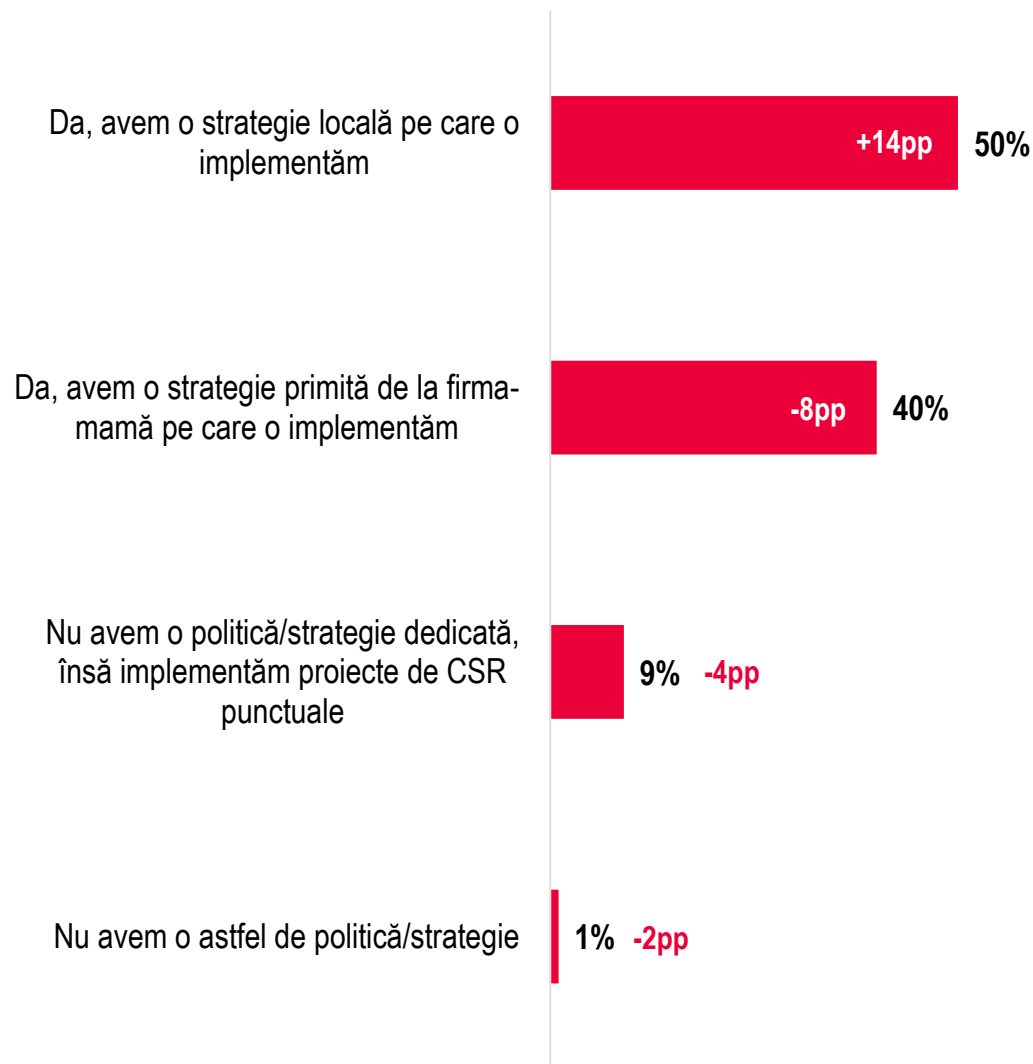
■ 2021 ■ 2020 ■ 2019 ■ 2018 ■ 2017





STRATEGIA  
DE CSR



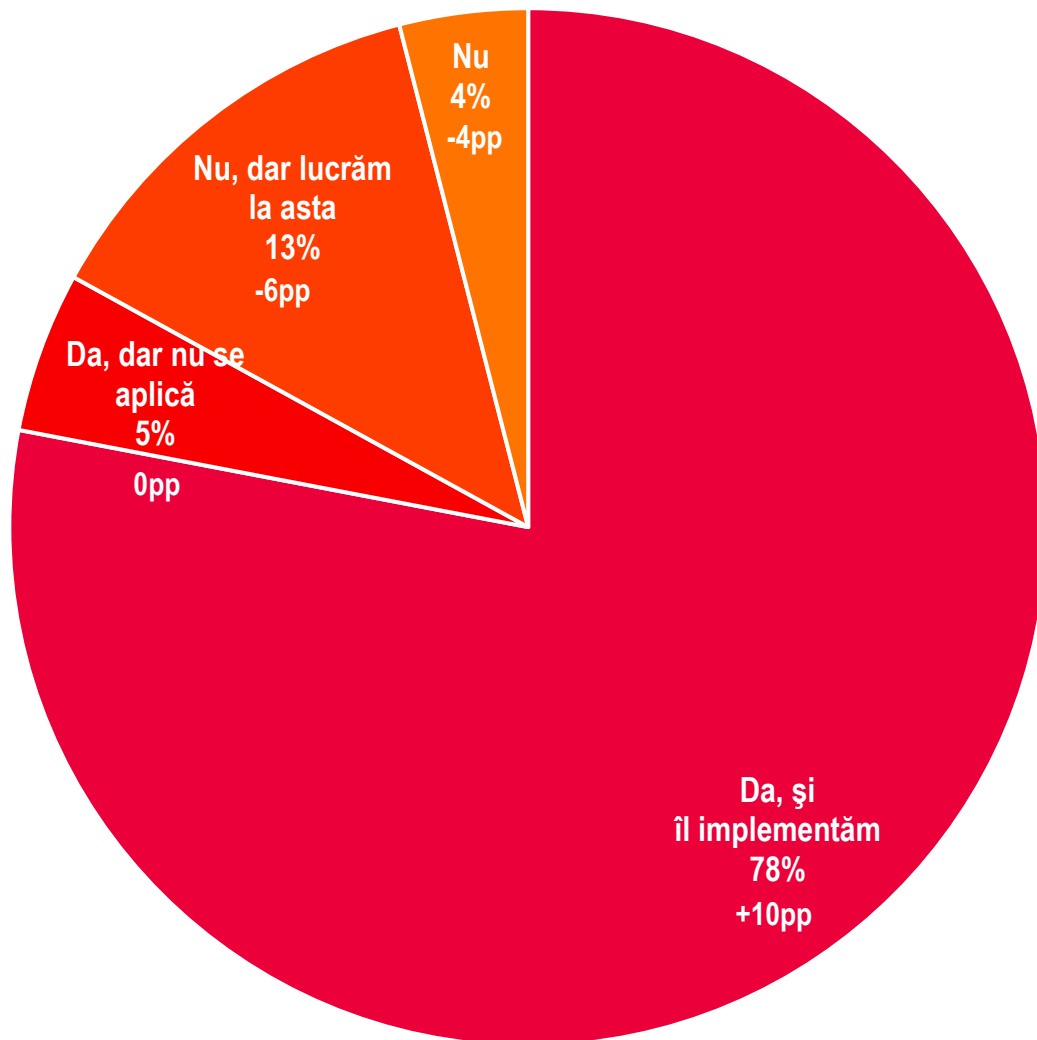


Total respondenți: 111  
(Au omis întrebarea: 0)

## Aveți formulată o strategie dedicată responsabilității sociale corporative? (o singură variantă de răspuns)

**50%** dintre companiile respondente, față de 36% anul trecut, spun că au o strategie locală de CSR pe care o implementează.

Răspunsurile la această ediție arată că procentul companiilor care spun că au o strategie de CSR locală crește cu +14pp. În 2020, procentul companiilor care spun că au primit strategia de CSR de la firma-mamă scade de la 48% la 40%. De asemenea este de remarcat scăderea cu -6pp a companiilor care spun că nu au o strategie de CSR.

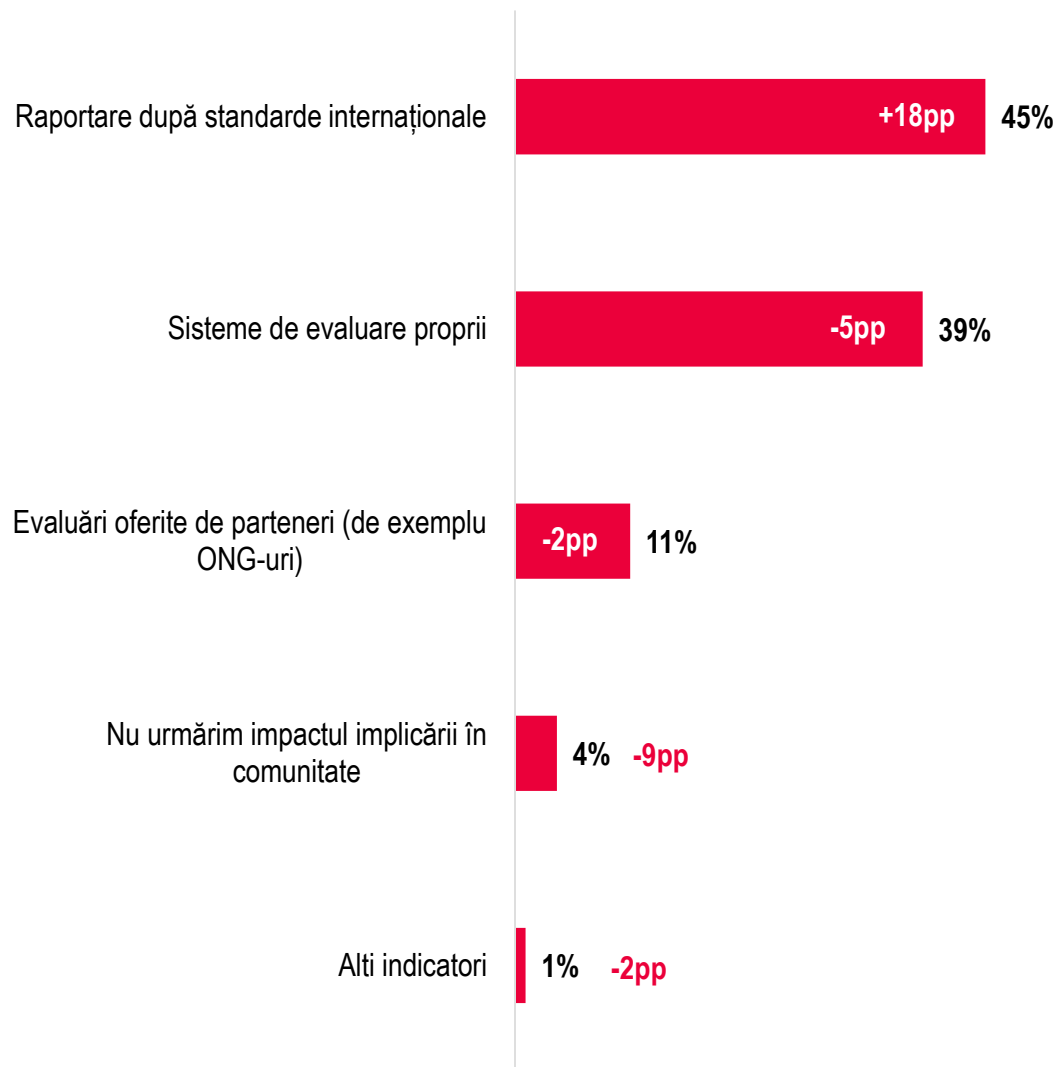


Total respondenți: 111  
(Au omis întrebarea: 0)

**Aveți un proces intern/extern pentru identificarea temelor relevante pentru companie în domeniul CSR?** (o singură variantă de răspuns)

**78%** dintre companiile respondente, față de 68% în anul anterior (+10pp), spun că au un proces intern/extern pe care îl aplică pentru identificarea temelor relevante pentru CSR.

Procentajul companiilor care spun că nu au un proces intern/extern pentru identificarea temelor relevante pentru companie în domeniul CSR dar lucrează la asta scade de la 19% la 13% (-6pp). Acest rezultat denotă în continuare o maturizare a abordării domeniului CSR de către companii.

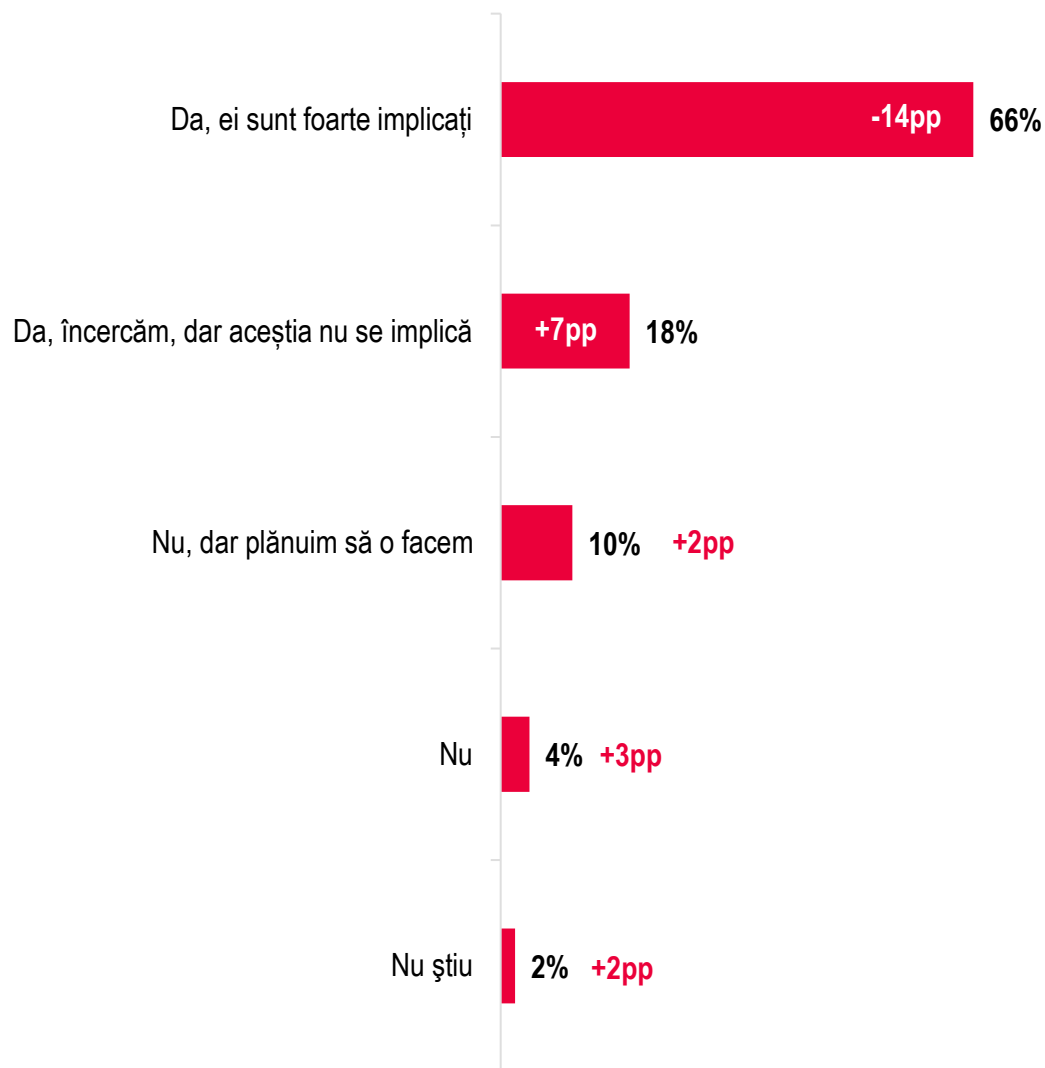


Total respondenți: 111  
(Au omis întrebarea: 0)

## Care sunt indicatorii de performanță prin care urmăriți impactul CSR? (o singură variantă de răspuns)

**45%** dintre companiile respondente, comparativ cu 27% în anul anterior, spun că au o raportare după standarde internaționale prin care urmăresc impactul activităților de CSR.

Per total, față de anul trecut, numărul companiilor care urmăresc impactul CSR crește cu +11pp. Raportarea în conformitate cu standardele internaționale înregistrează o creștere +18pp, cea după sisteme de evaluare proprii scade cu -5pp, iar cea bazată pe evaluări oferite de parteneri scade cu -2pp.



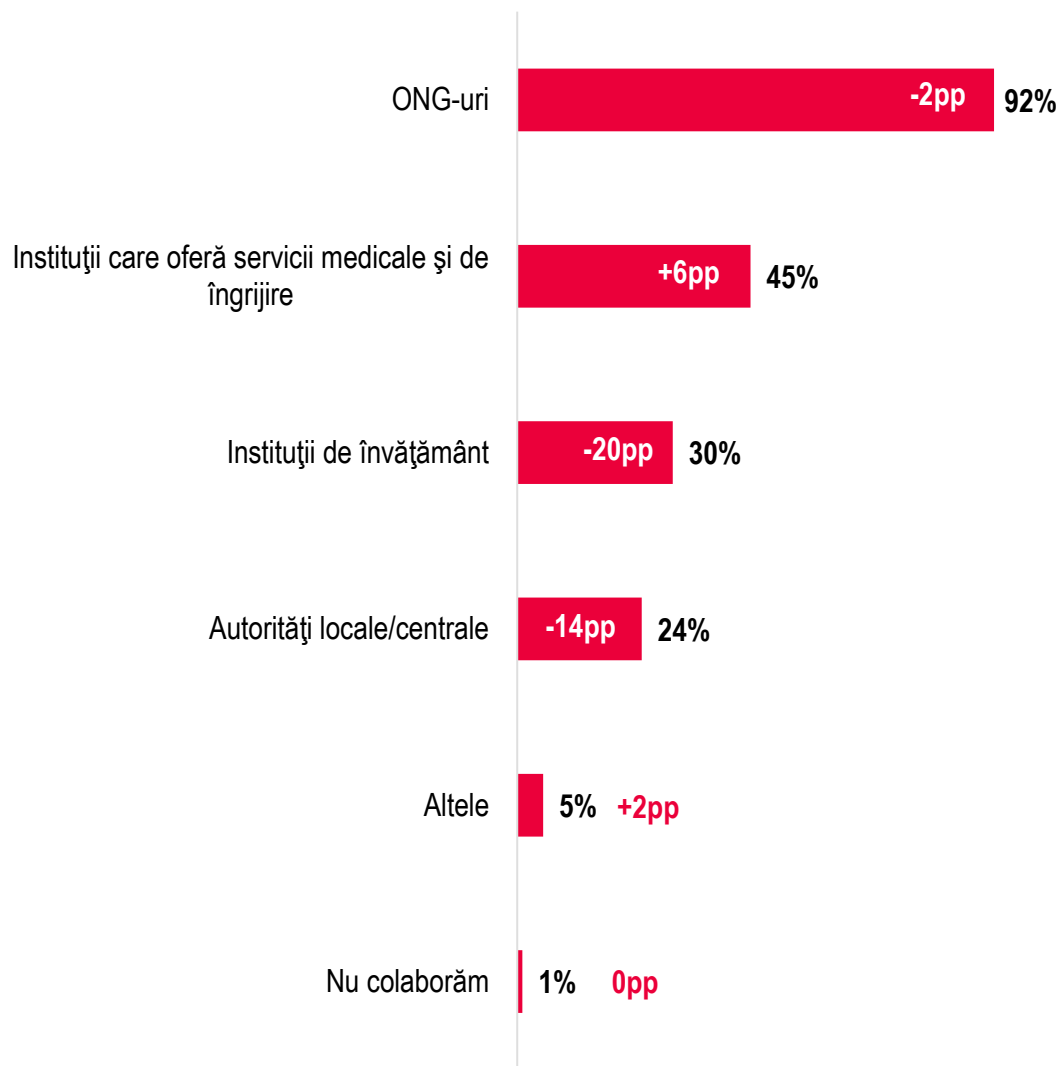
Total respondenți: 111  
(Au omis întrebarea: 0)

## Implicați angajații în acțiunile de CSR derulate de companie?

(o singură variantă de răspuns)

**66%** dintre companiile respondente, în scădere de la 80% cu un an înainte, spun că în anul 2020 și-au implicat angajații în acțiunile de CSR derulate de companie.

Este în continuare semnificativ procentul companiilor respondente care spun că își implică angajații în acțiunile de CSR derulate de firmă (66%). Pe de altă parte anul 2020 a adus reguli stricte de distanțare fizică și muncă de acasă care au schimbat dinamica echipelor și comunităților.



Total respondenți: 111  
(Au omis întrebarea: 0)

## Cu ce instituții colaborați pentru implementarea proiectelor de CSR? (mai multe variante de răspuns)

**92%** dintre companii în anul 2021, față de 94% în 2020, colaborează cu ONG-uri pentru implementarea proiectelor de CSR, urmate de 45% care lucrează direct cu instituții care oferă servicii medicale și de îngrijire.

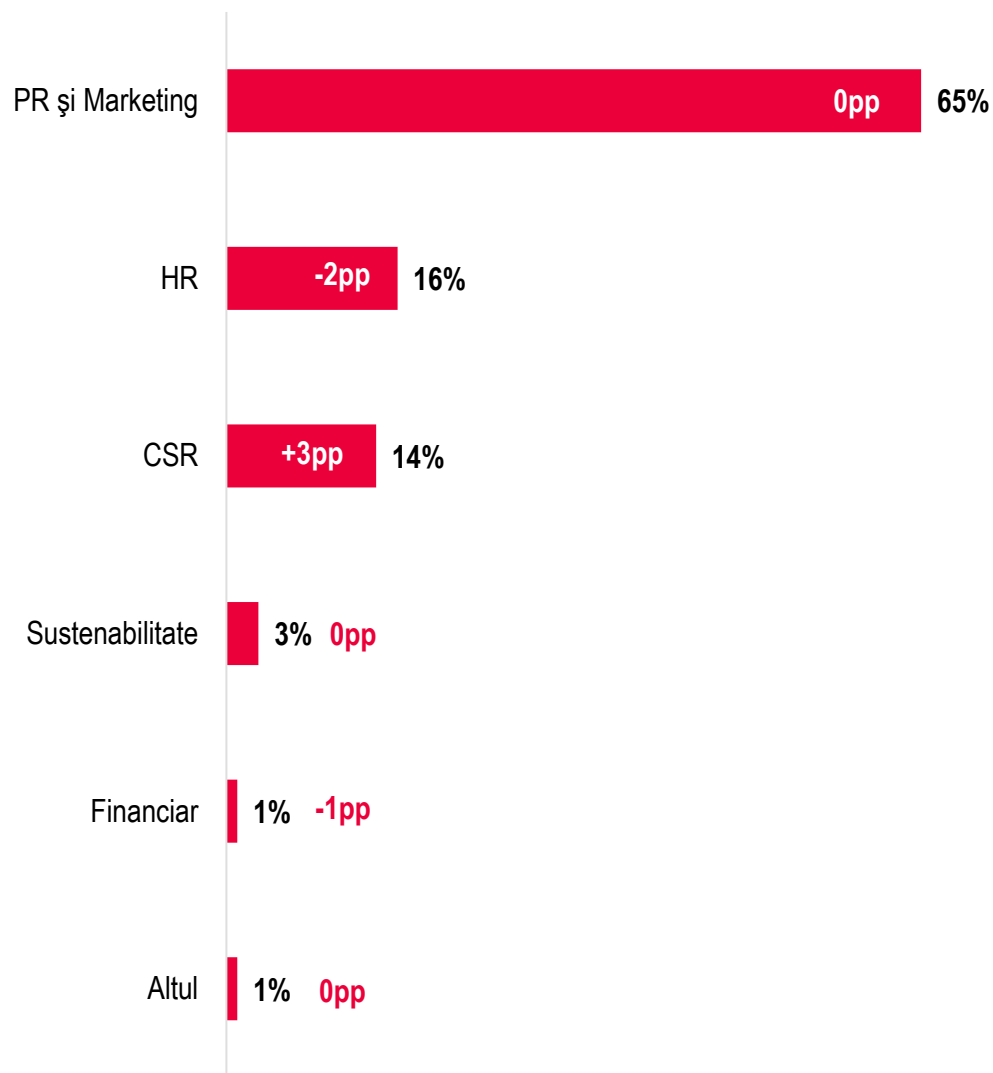
Este de remarcat scăderea de -20pp a companiilor care au colaborat cu instituții de învățământ în anul 2020, scădere datorată trecerii școlii în mediul online. Pe de altă parte vedem o scădere de -14pp și a procentului companiilor care spun că au colaborat cu autorități centrale/ocale în 2021.



BUGETUL  
DE CSR







Total respondenți: 111  
(Au omis întrebarea: 0)

**În ce departament se prevede principala linie de buget pentru CSR?** (o singură variantă de răspuns)

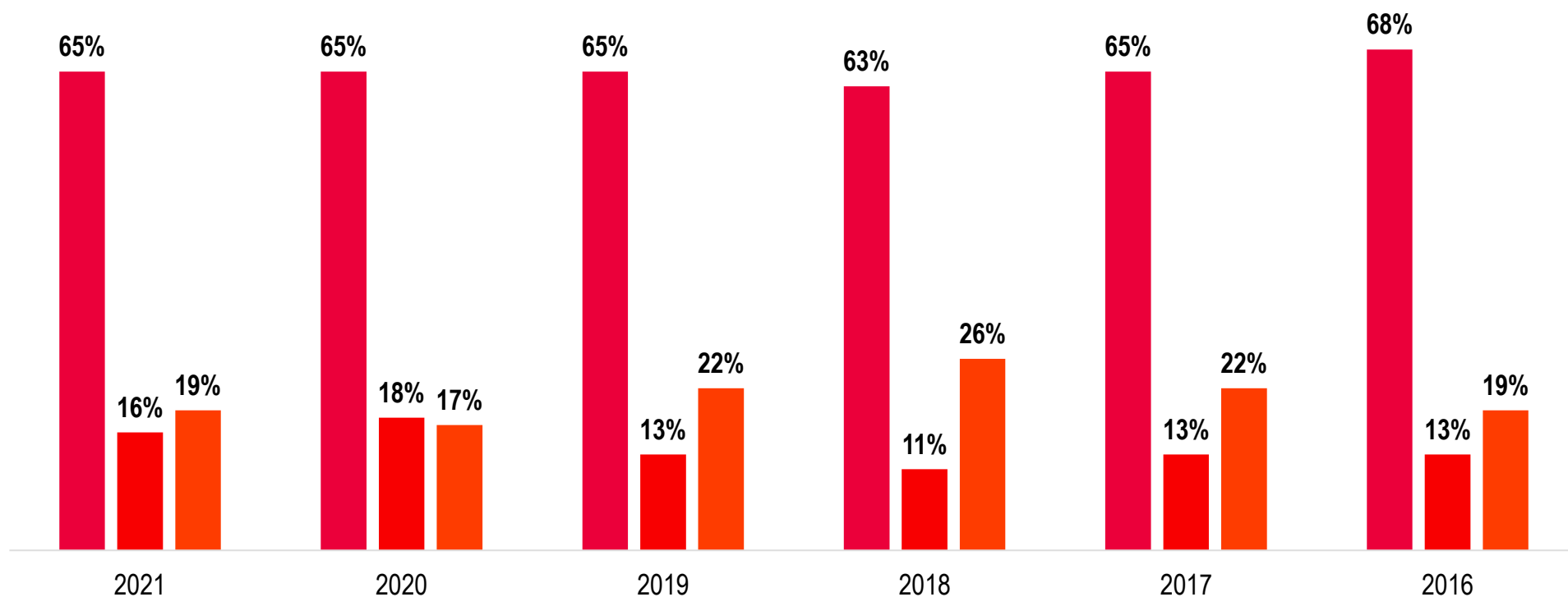
**65%** dintre companii în 2021, același procent ca în 2020 și 2019, spun că departamentul de PR și Marketing este cel care prevede, în principal, o linie de buget pentru CSR.

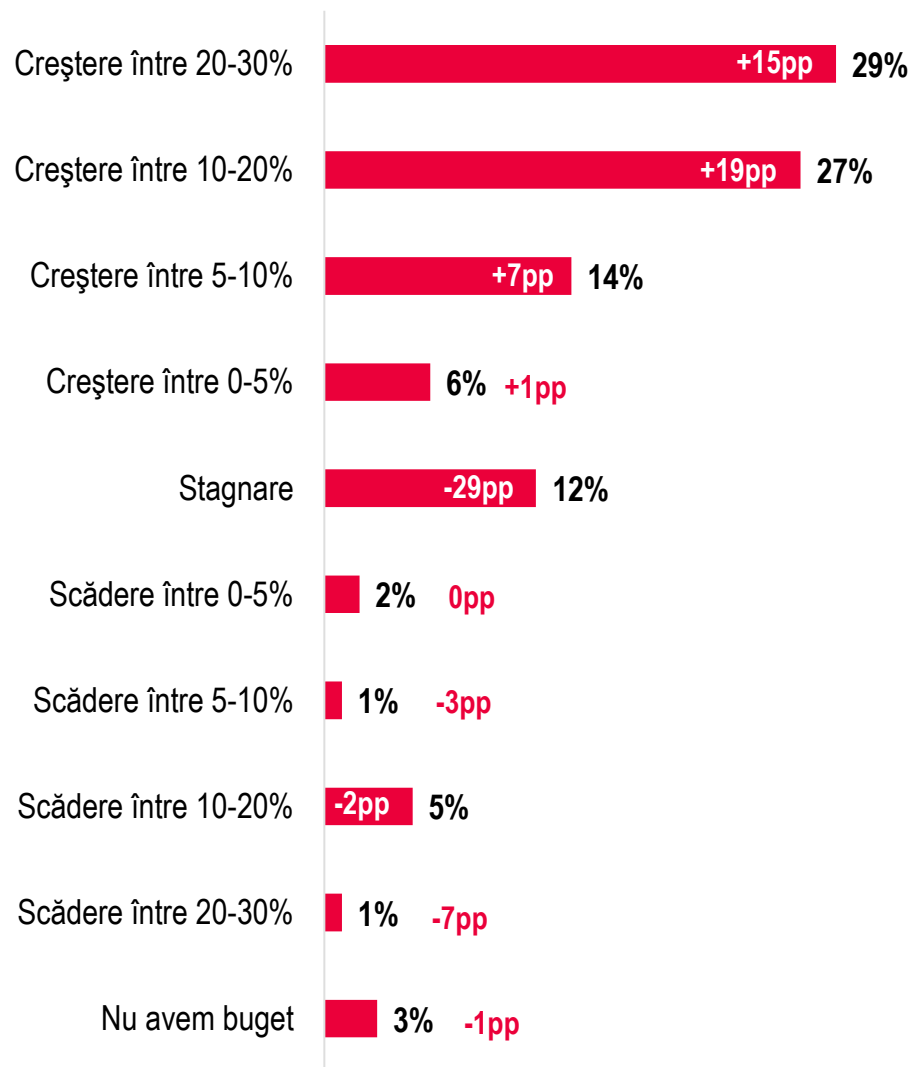
Și aici avem un grafic foarte asemănător cu cel de anul trecut în ceea ce privește departamentul unde se prevede principala linie de buget pentru CSR. Chiar dacă avem o creștere de +3pp la CSR, vedem scăderi ușoare la departamentul de HR și ce Financiar.

# În ce departament se prevede principala linie de buget pentru CSR?

(o singură variantă de răspuns)

■ PR și Marketing ■ HR ■ Alt departament





Total respondenți: 111  
(Au omis întrebarea: 0)

## Cum a evoluat bugetul dumneavoastră de CSR în 2021 față de 2020?

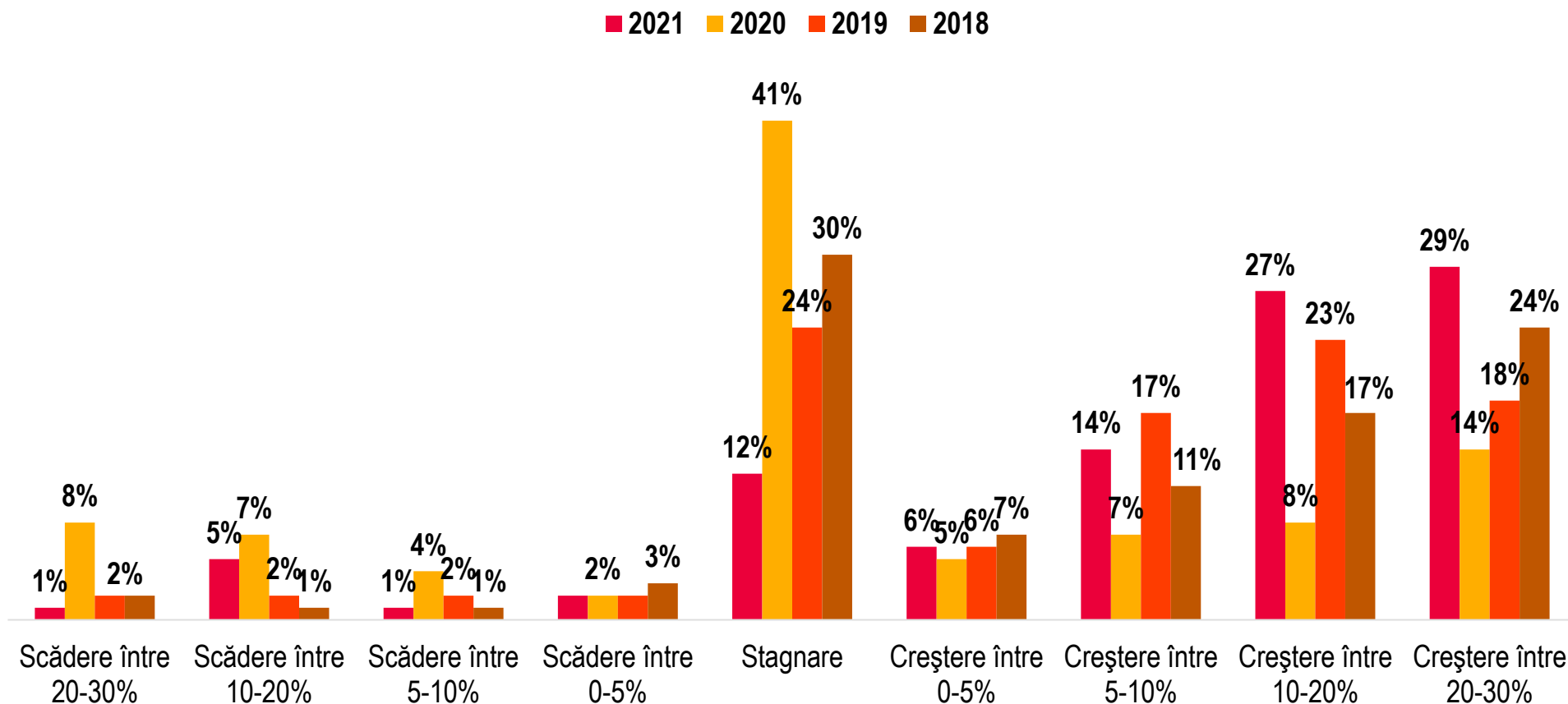
(o singură variantă de răspuns)

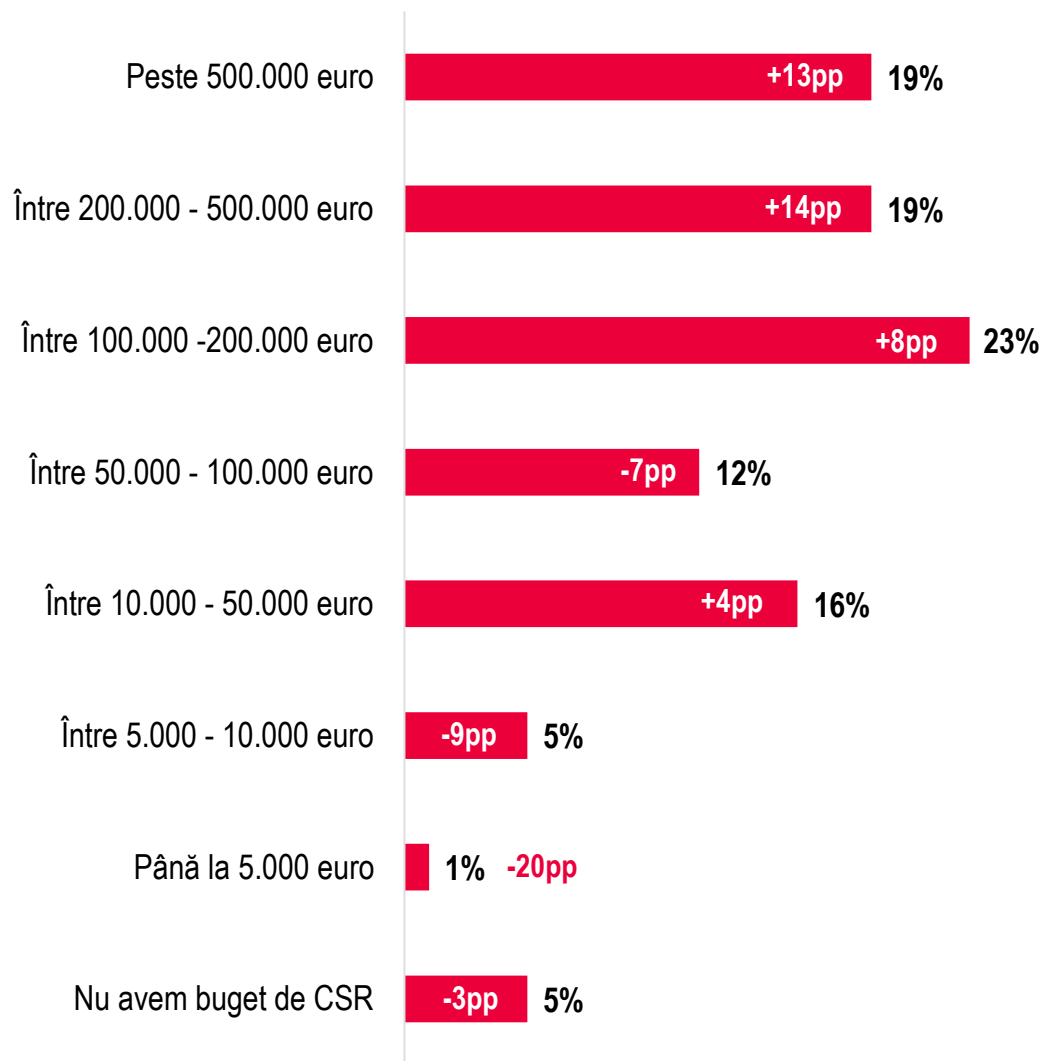
**29%** dintre companiile respondente, față de 14% anterior (+15pp), spun că bugetul de CSR a crescut cu 20-30% în anul 2021.

Bugetele de CSR care cresc semnificativ, cu 20-30%, sunt mai multe cu +15pp în 2021 față de 2020 și nu sunt singurele care cresc. Vedem o creștere cu +19pp a companiilor care spun că bugetele lor de CSR sunt mai mari cu 10-20%, și o creștere de +7pp a celor care sunt mai mari cu 5-10% în acest an.

# Cum a evoluat bugetul de CSR în acest an față de anul anterior?

(o singură variantă de răspuns)





Total respondenți: 111  
(Au omis întrebarea: 0)

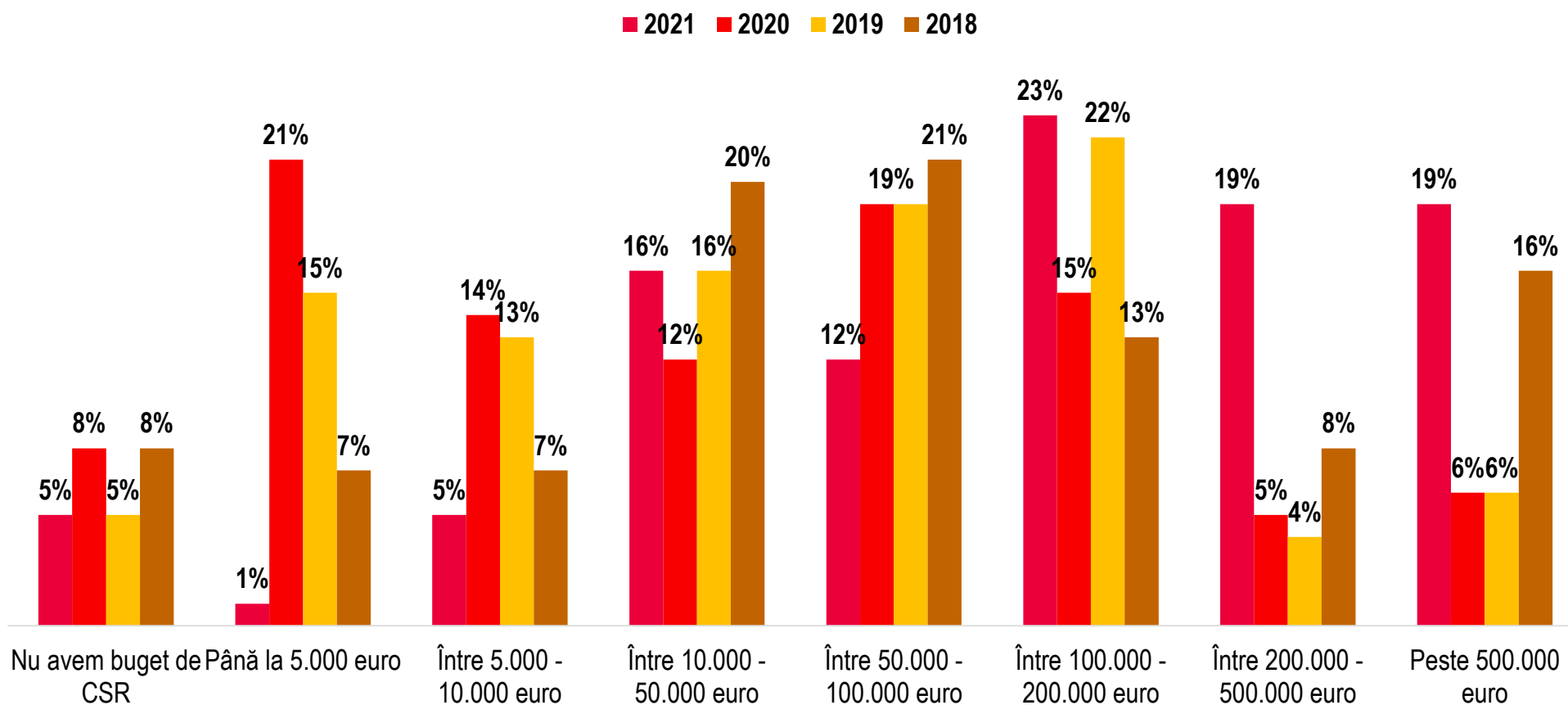
## Care este bugetul dumneavoastră de CSR în 2021? (o singură variantă de răspuns)

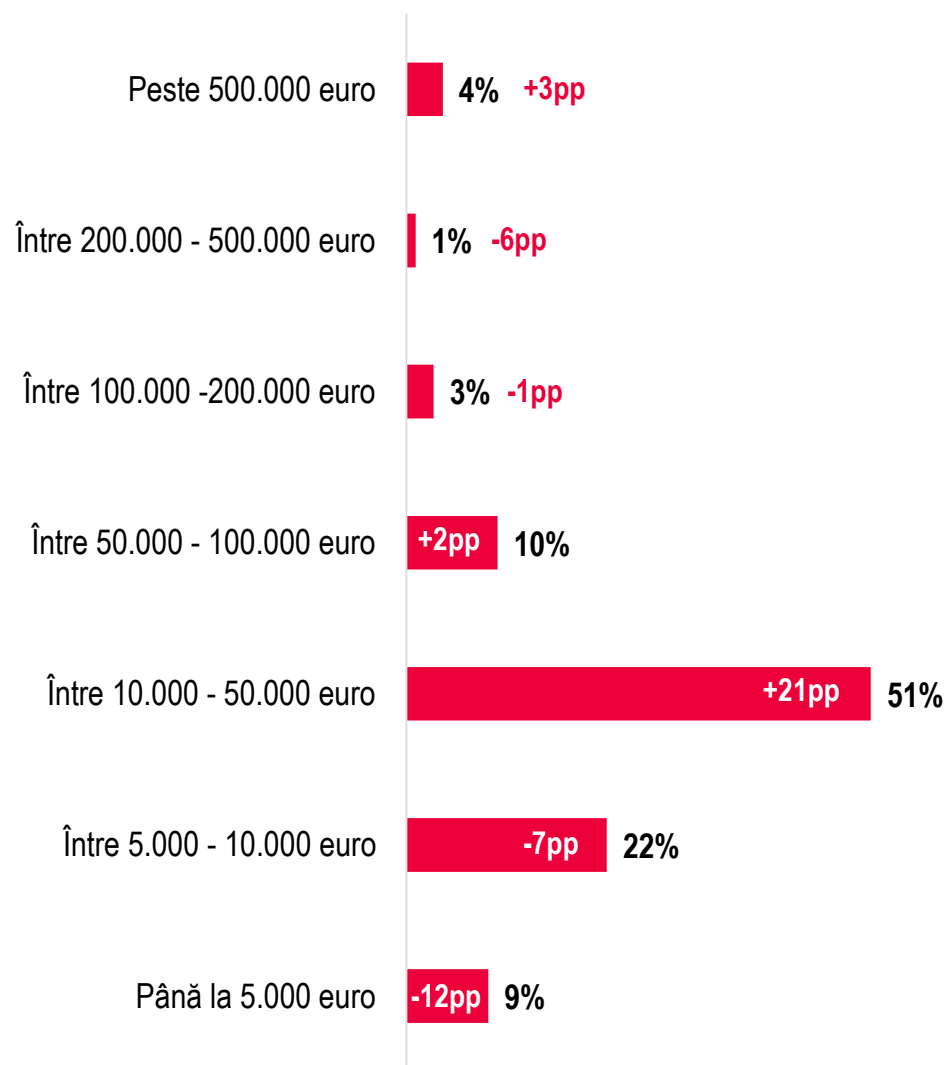
**23%** dintre companiile respondente, comparativ cu 30% cu un an înainte, spun că bugetul de CSR este între 100,000 euro și 200,000 euro.

Bugetele de CSR mai mari de 10,000 de euro sunt în creștere de la 57% la 89% în acest an (+32pp). Creșterea procentuală cea mai mare o vedem la companiile care spun că au un buget de CSR între 200,000-500,000 euro (+14pp). Mai mult, vedem o creștere de +13pp a companiilor care spun că au bugete de CSR care depășesc 500,000 euro.

# Care este bugetul dumneavoastră de CSR în acest an?

(o singură variantă de răspuns)



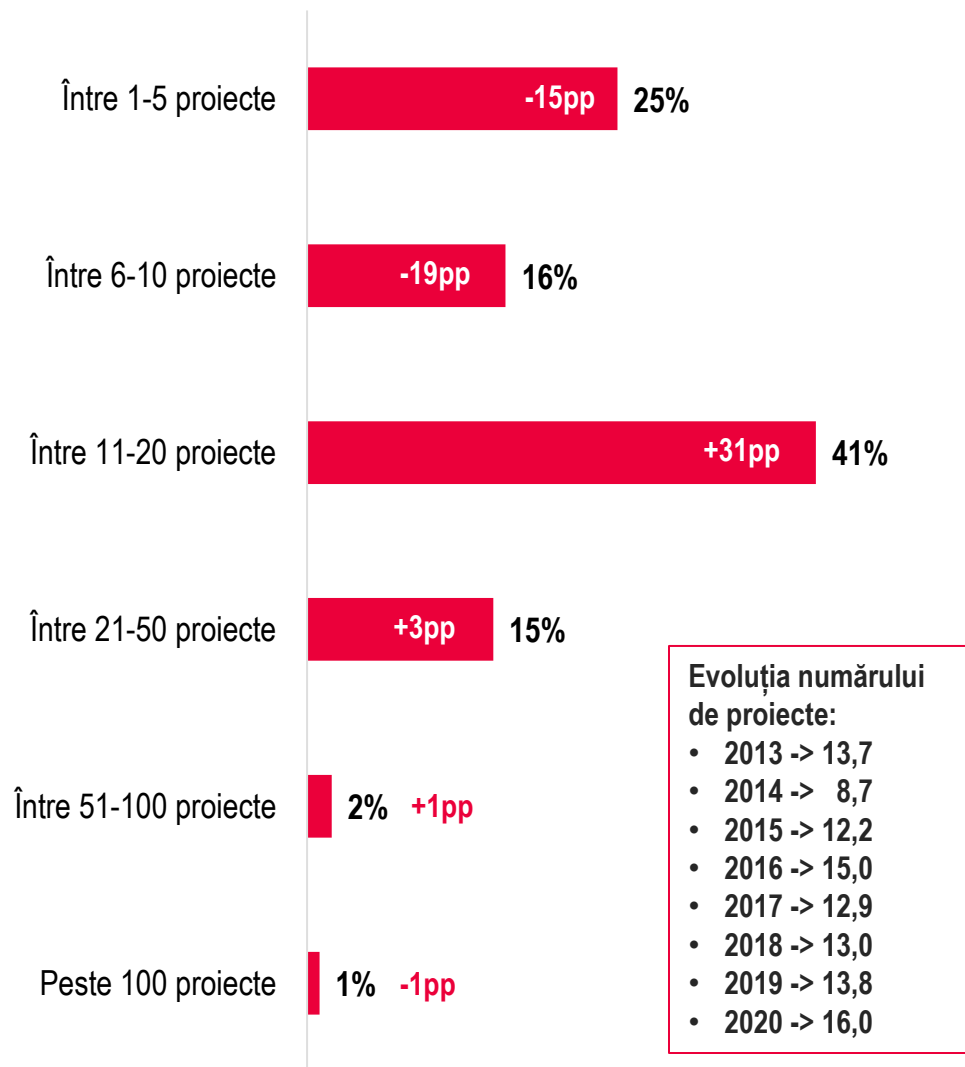


Total respondenți: 111  
(Au omis întrebarea: 0)

**Care este valoarea medie a unui proiect CSR derulat de firma dumneavoastră?** (o singură variantă de răspuns)

**51%** dintre companii derulează proiecte cu valoare medie de 10,000-50,000 euro în anul 2021. Numai 8% spun că valoarea medie a proiectelor lor este de peste 100,000 euro (-4pp).

Procentul companiilor cu bugete mai mari de 100,000 euro a crescut cu +35pp în 2021, iar cele mai multe companii spun că fac proiecte cu valoare medie între 10,000 euro și 50,000 euro. Pe de altă parte, cele care alocă un buget mediu de 5,000 - 10,000 euro per proiect reprezintă 22% din totalul firmelor respondente.



Total respondenți: 108  
(Au omis întrebarea: 0)

## Câte proiecte CSR ați derulat în anul 2020? (o singură variantă de răspuns)

**16** este numărul mediu de proiecte de CSR derulate de companiile respondente în anul 2020. Totuși, 41% dintre companii, +31pp față de anul anterior, spun că derulează 11-20 de proiecte pe an.

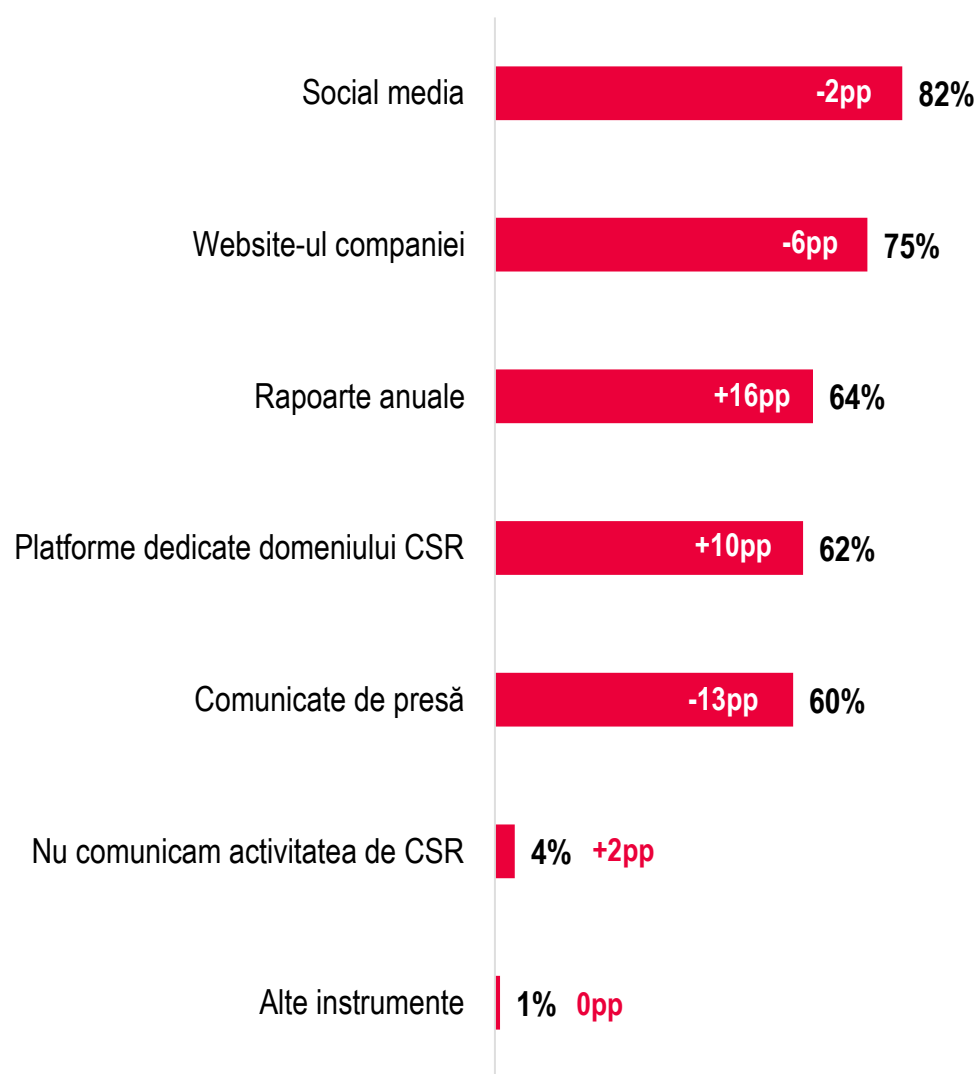
Cele mai multe companii, 41% în 2020 vs. 10% în 2019, au derulat 11-20 de proiecte de CSR. Pe de altă parte, 25% (-15pp) spun că au implementat 1-5 proiecte, iar alte 16% (-19pp) au implementat 6-10 de proiecte anul trecut. Este de remarcat și faptul că avem 3% dintre companiile respondente care spun că au derulat peste 51 de proiecte de CSR în anul 2020.





PROIECTE ȘI  
ECHIPE DE CSR





Total respondenți: 111  
(Au omis întrebarea: 0)

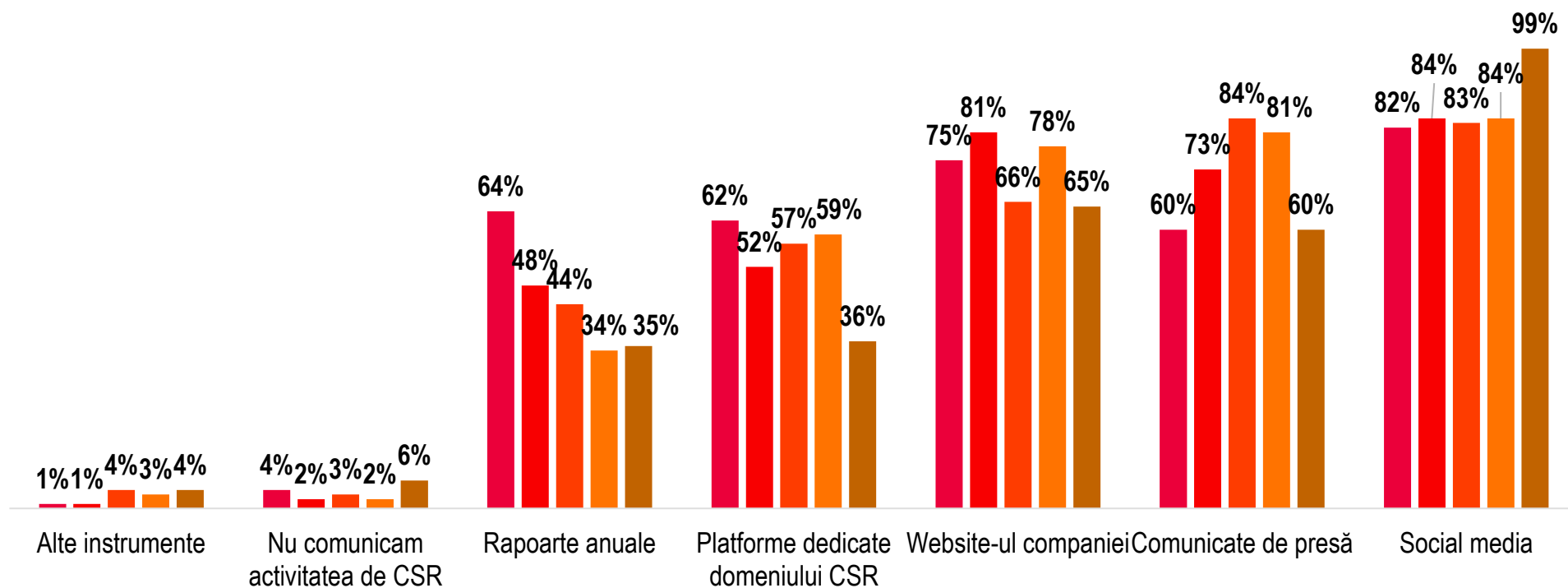
## Ce instrumente folosiți pentru comunicarea publică a activității de CSR? (mai multe variante de răspuns)

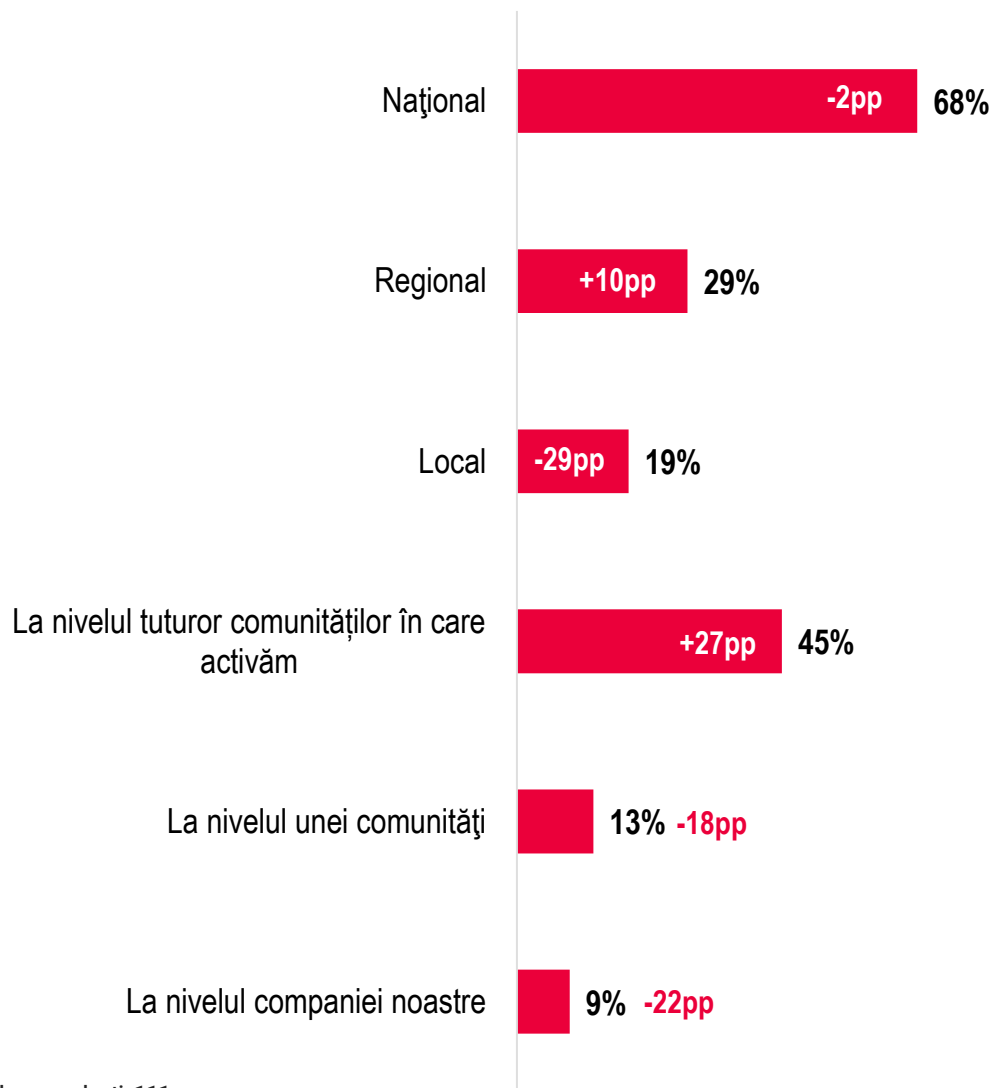
**82%** dintre companii comunică despre proiectele lor de CSR în social media (-2pp), 75% prin website-ul companiei (-6pp), iar 64% prin rapoarte anuale (+16pp).

Este de remarcat faptul că social media a rămâne pe primul loc (-2pp), companiile folosind extensiv acest canal pentru comunicarea publică a activității de CSR. Atenția rămâne și la comunicatele de presă (60%), chiar dacă într-o puternică scădere față de anul trecut (-13pp). Creșterea cea mai mare (+16pp) apare la comunicarea prin rapoarte anuale.

# Ce instrumente folosiți pentru comunicarea publică a activității de CSR? (mai multe variante de răspuns)

■ 2021 ■ 2020 ■ 2019 ■ 2018 ■ 2017



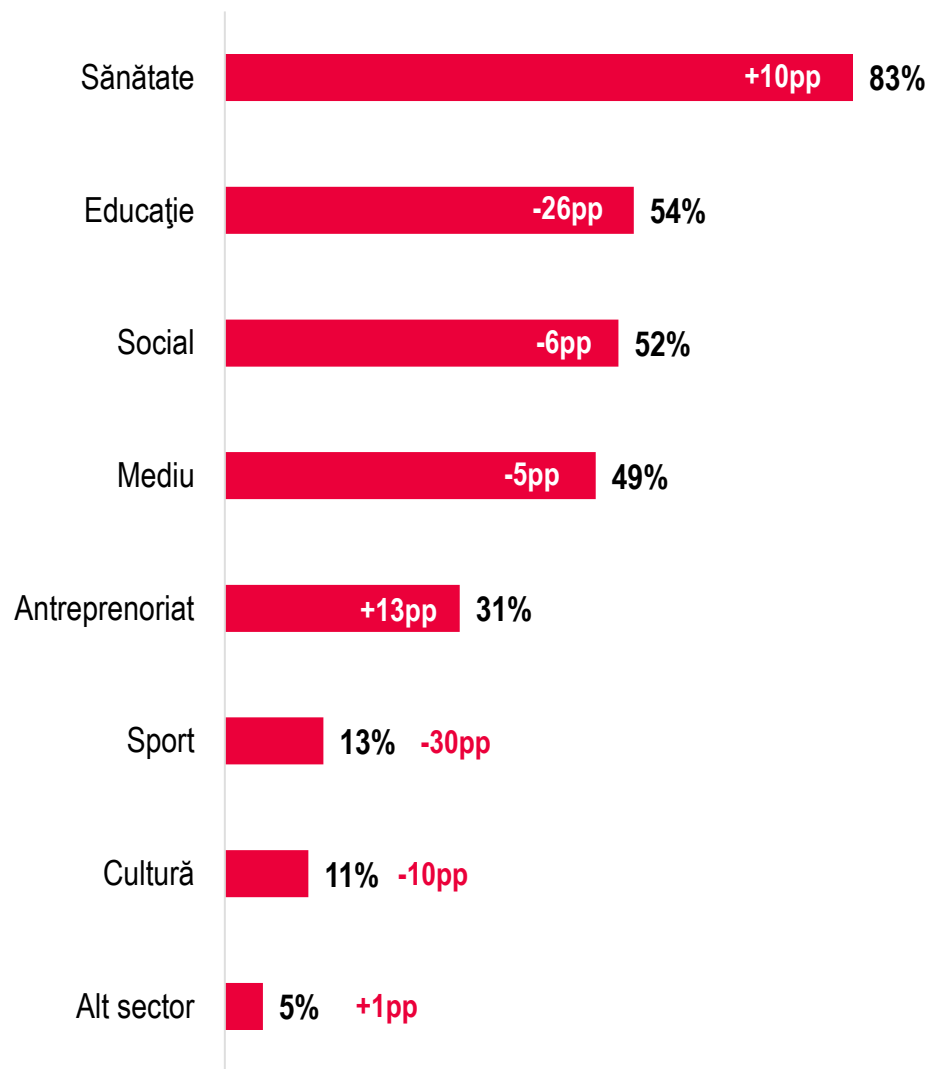


Total respondenți: 111  
(Au omis întrebarea: 0)

## La ce nivel sunt sau au fost derulate proiectele inițiate de compania dumneavoastră anul trecut? (mai multe variante de răspuns)

**68%** dintre companiile respondente, față de 70% cu 12 luni înainte (-2pp), spun că derulează proiecte la nivel național, iar 29% vs. 19% (+10pp) că au proiecte la nivel regional.

Pe primul loc rămân companiile care derulează proiecte la nivel național (68% în 2020 vs. 70% în 2019) în urma unei scăderi de -2pp. Companiile care fac proiecte de CSR la nivel regional trec pe locul al doilea (+10pp), iar cele care derulează proiecte la nivelul local trec pe locul al treilea, cu o scădere de -29pp. Cea mai mare creștere de +27pp o vedem la companiile care derulează proiecte la nivelul tuturor comunităților în care activează.



Total respondenți: 111  
(Au omis întrebarea: 0)

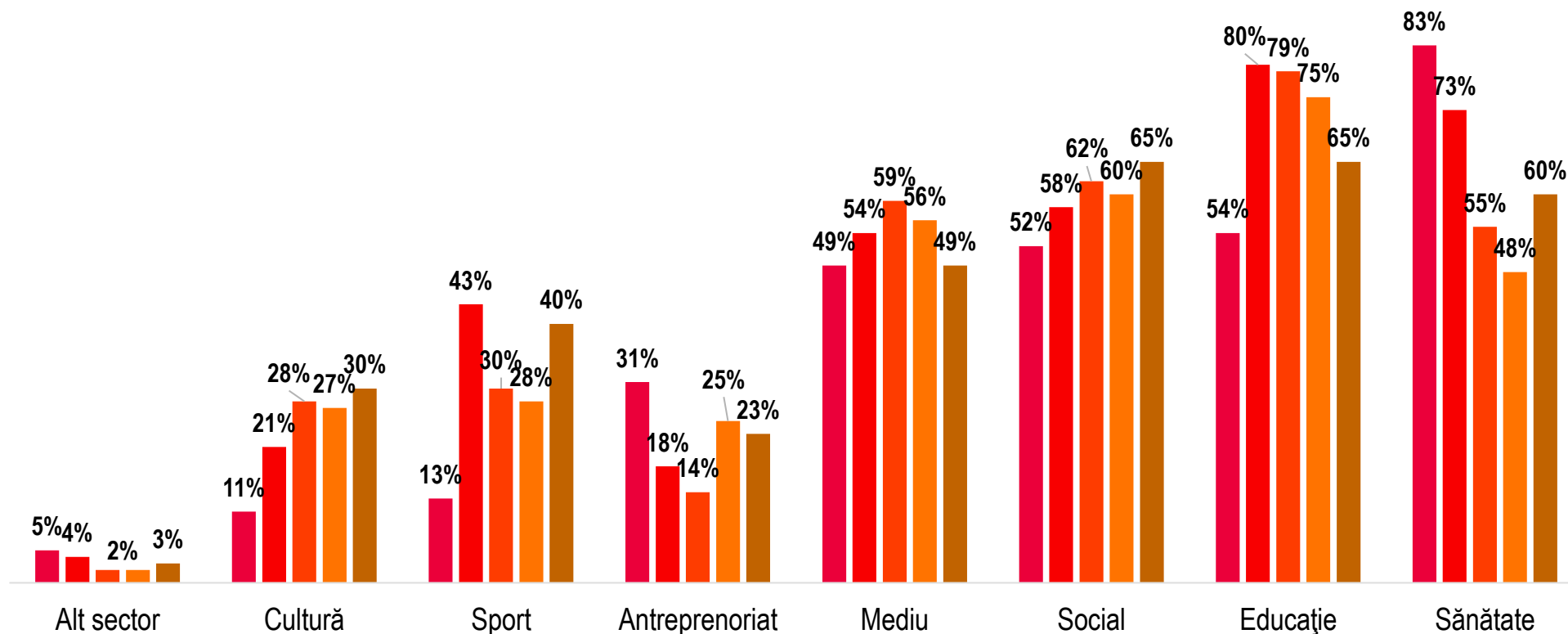
## Ce sectoare ale comunității au fost vizate pentru intervenție și sprijin în 2020? (mai multe variante de răspuns)

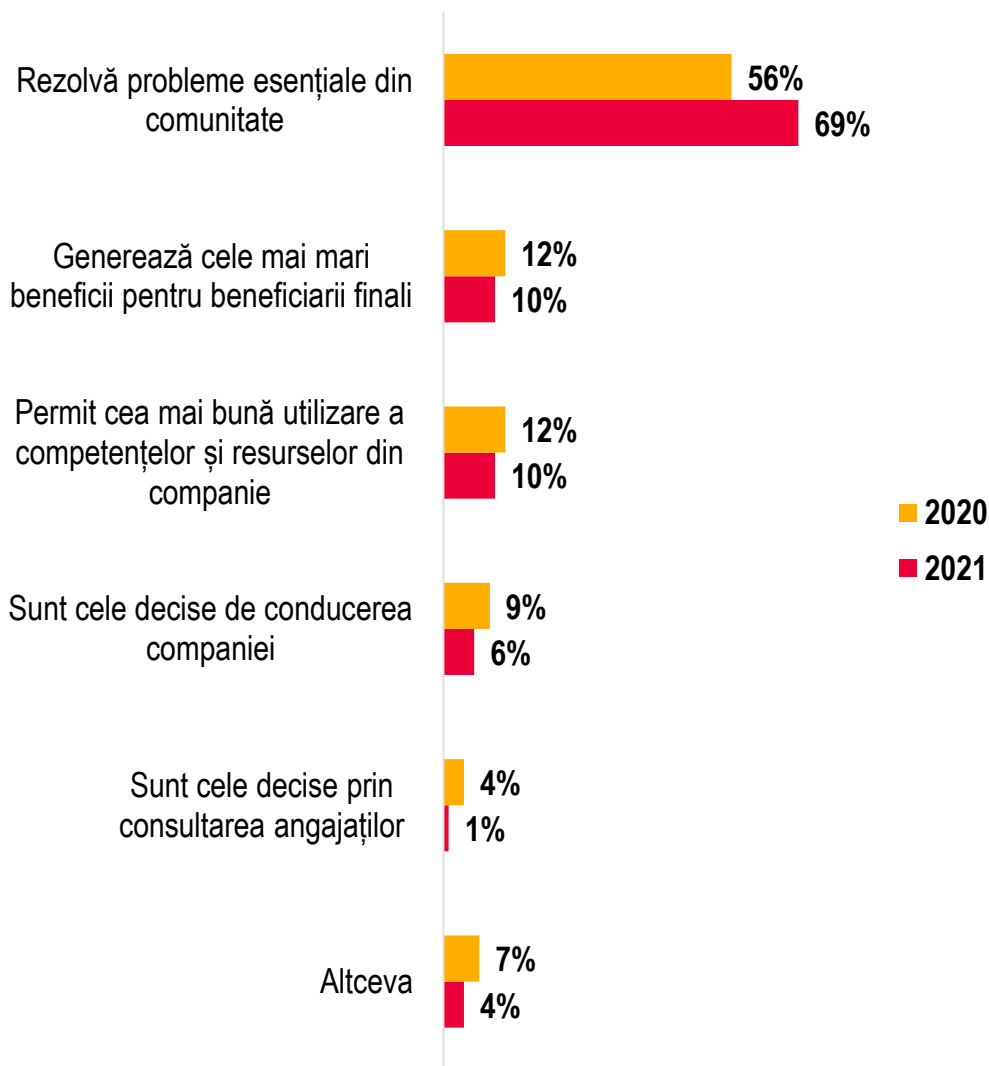
**83%** dintre companii în 2020, față de 73% anterior (+10pp), au vizat domeniul sănătății pentru intervenție și sprijin și numai 11% vs. 21% (-10pp) cultura.

În afară de două sectoare cu creștere – sănătate, și antreprenoriat – toate celelalte au scăzut în 2020. Creșterea de +10pp din sectorul de sănătate îl aduce acum pe acesta primul loc, de așteptat în contextul pandemic. Educația (-26pp) rămâne pe locul al doilea, urmată de sectorul social (-6pp) pe locul al treilea și de mediu (-5pp) pe locul al patrulea.

# Ce sectoare ale comunității au fost vizate pentru intervenție și sprijin? (mai multe variante de răspuns)

■ 2021 ■ 2020 ■ 2019 ■ 2018 ■ 2017





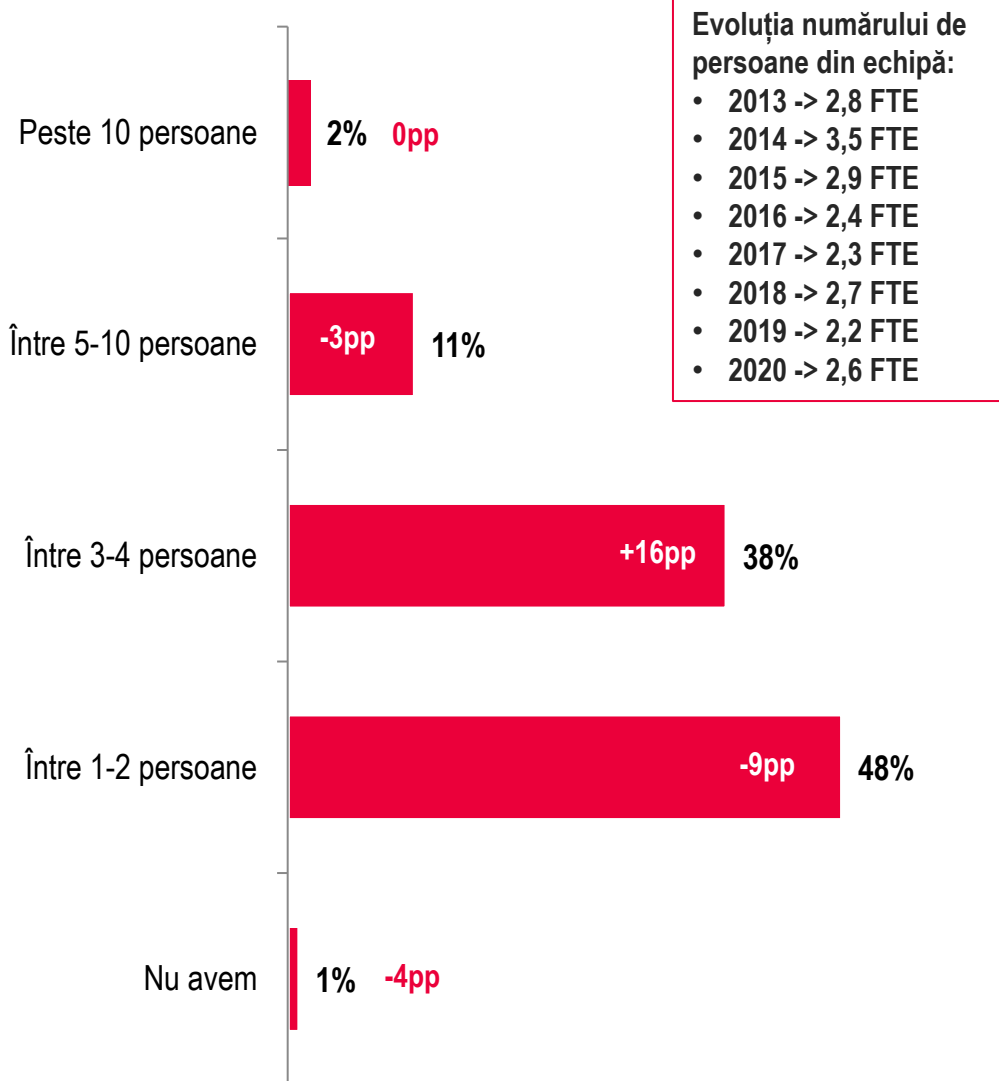
Totă  
(Au omis întrebarea: 0)

## De ce considerați aceste sectoare ca fiind cele mai importante pentru activitatea de CSR a companiei?

(o singură variantă de răspuns)

**69%** dintre companii spun că, în 2020, sectoarele alese erau importante pentru activitatea de CSR a companiei deoarece rezolvau probleme esențiale din comunitate.

Criteriul cel mai important de selecție al sectoarelor vizate – rezolvă probleme esențiale din comunitate – este în creștere cu +13pp. Pe locul al doilea și al treilea, la distanța mare, se află cu 10% faptul că sectorul generează cele mai mari rezultate pentru beneficiarii finali (-2pp) și că permite o mai bună utilizare a competențelor și resurselor companiei (-2pp).



**Evoluția numărului de persoane din echipă:**

- 2013 -> 2,8 FTE
- 2014 -> 3,5 FTE
- 2015 -> 2,9 FTE
- 2016 -> 2,4 FTE
- 2017 -> 2,3 FTE
- 2018 -> 2,7 FTE
- 2019 -> 2,2 FTE
- 2020 -> 2,6 FTE

## Câte persoane au făcut parte din echipa de CSR în 2020?

(o singură variantă de răspuns)

**2,6 FTE** este dimensiunea medie a echipei de CSR în anul 2020, dar 48% dintre companii au echipe de 1-2 persoane.

Numărul de angajați cu normă întreagă (sau echivalentul acestora) din echipa de CSR a înregistrat o creștere de la 2,2 FTE în 2020 la 2,6 FTE în 2021. Pe de altă parte, este de remarcant faptul că 38% dintre companii (+16pp) spun că au avut o echipă de CSR alcătuită din 3-4 persoane în 2020.

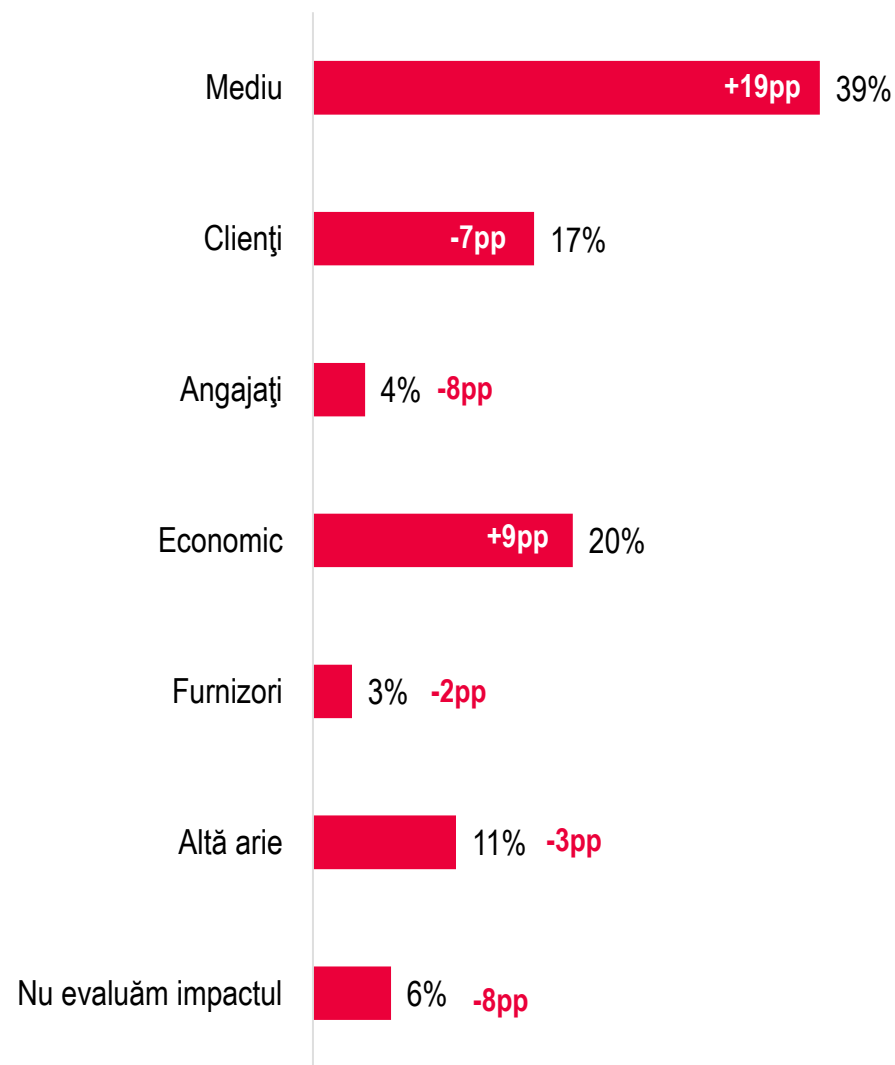
Total respondenți: 111  
(Au omis întrebarea: 0)





IMPACT ȘI  
RAPORTARE



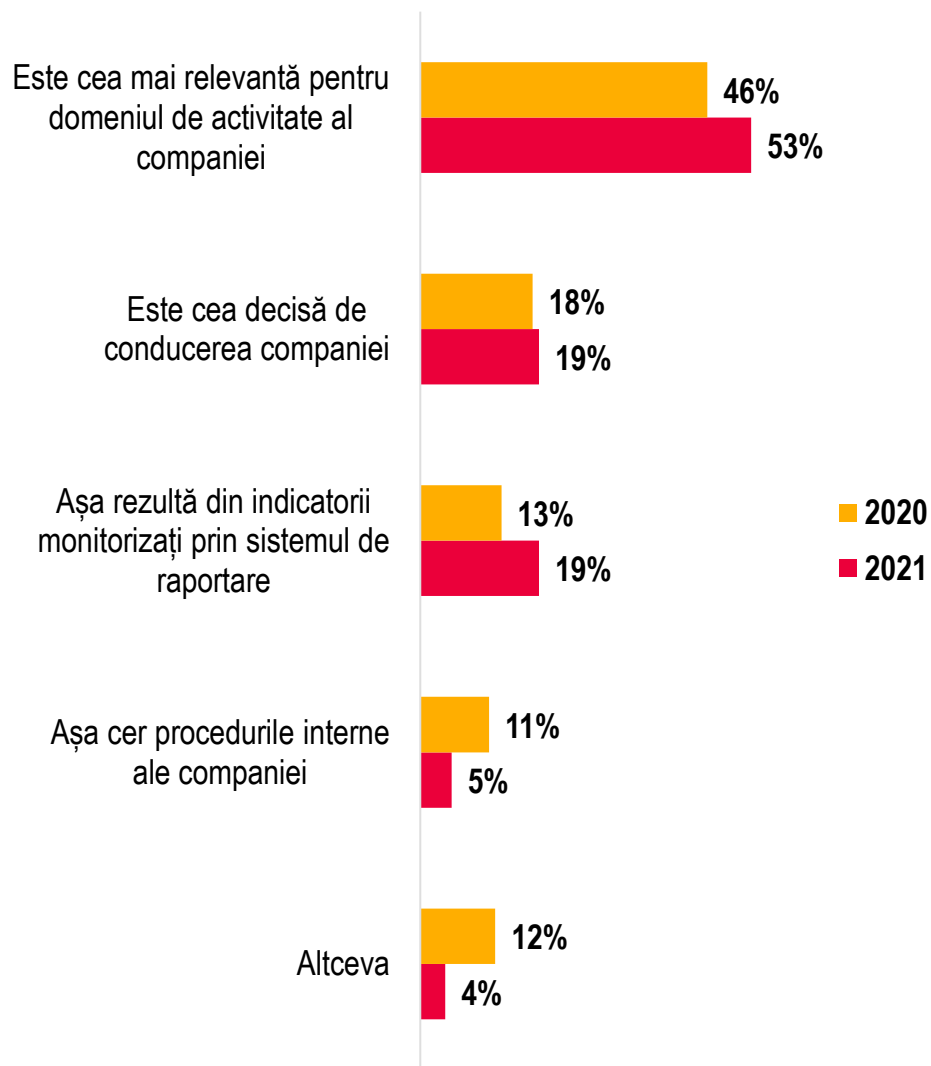


Total respondenți: 111  
(Au omis întrebarea: 0)

## Care este cea mai importantă arie în funcție de care vă evaluați impactul activității CSR? (o singură variantă de răspuns)

**39%** dintre companiile consideră mediul ca fiind cea mai importantă arie pentru evaluarea impactului activității de CSR în 2020, comparativ cu anul anterior când pe primul loc erau clienții.

În 2020 mediul (+19pp) devin cea mai importantă arie în funcție de care companiile își evaluează impactul activității de CSR. Cu o scădere de -7pp, clienții trec pe locul al doilea. Din păcate, remarcăm o scădere de -2pp la furnizori, dar și o veste bună: o creștere de +9pp la criteriul economic.



Total resp  
(Au omis întrebarea: 0)

## De ce considerați că aceasta este cea mai importantă arie?

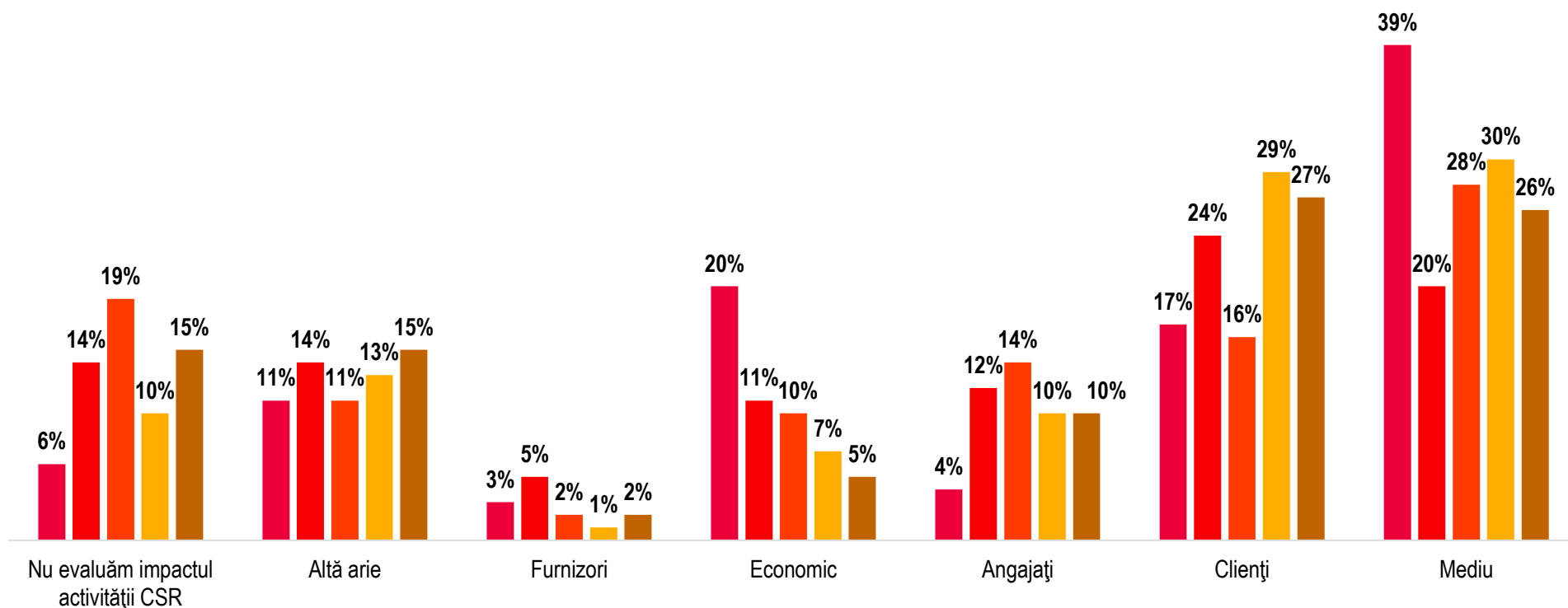
(o singură variantă de răspuns)

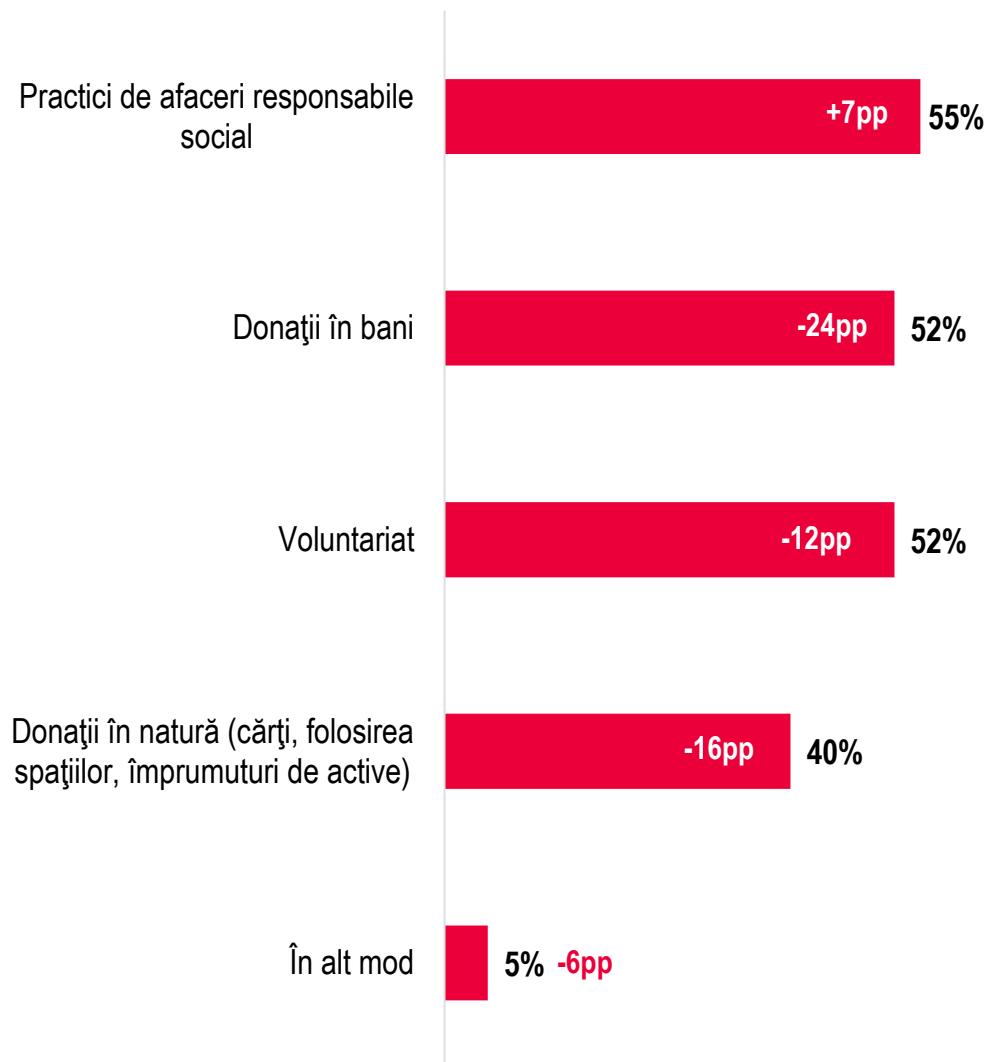
**53%** dintre companiile respondente (+7pp) consideră că cea mai importantă arie pentru evaluarea impactului activității de CSR are avantajul că este cea mai relevantă pentru domeniul lor de activitate.

În 2020 companiile selectează cea mai importantă arie pentru evaluarea impactului activității de CSR pe baza relevanței pentru domeniul de activitate (53%), pe baza deciziei conducerii companiei (19%) și pe baza a elementelor care rezultă din indicatorii monitorizați de sistemul de raportare (19%).

# Care este cea mai importantă arie în funcție de care vă evaluați impactul activității CSR? (o singură variantă de răspuns)

■ 2021 ■ 2020 ■ 2019 ■ 2018 ■ 2017





Total respondenți: 111  
(Au omis întrebarea: 0)

## În ce mod oferă compania dumneavoastră ajutor comunității?

(mai multe variante de răspuns)

**52%** dintre companiile respondente la această ediție, față de 76% anterior, au ajutat comunitatea prin donații în bani, iar 55% vs. 48% prin practici de afaceri responsabile social.

Companiile care oferă ajutor comunității, având practici de afaceri responsabile social, au o creștere de +7pp. În 2021, scade cu -12pp voluntariatul, evident în contextul pandemiei și al distanțării fizice. Donațiile în natură scad cu -16pp, cu un procent de 40%.

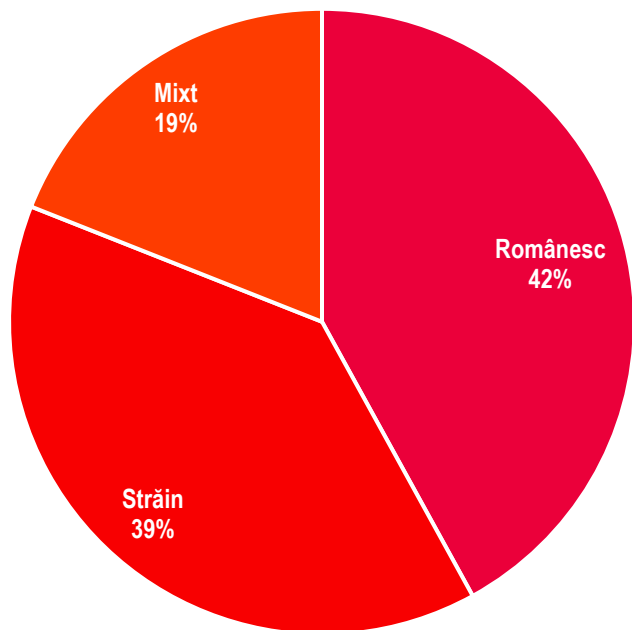


DATE DEMOGRAFICE



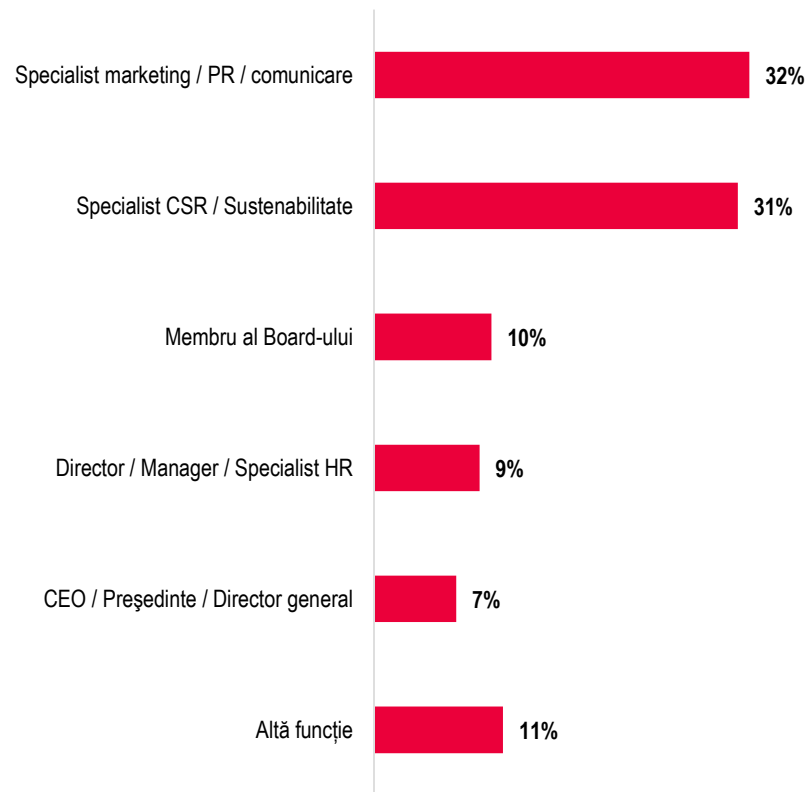
# Date demografice

## Tipul companiei (după natura capitalului)



Răspunsuri: 111  
Au omis întrebarea: 0

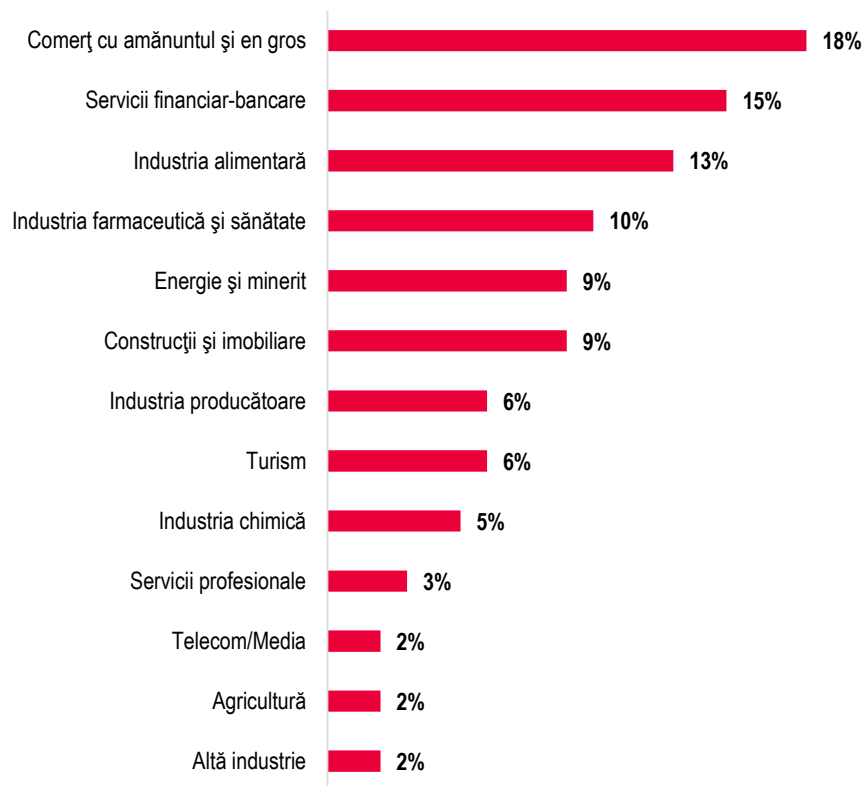
## Funcția respondentului



Răspunsuri: 111  
Au omis întrebarea: 0

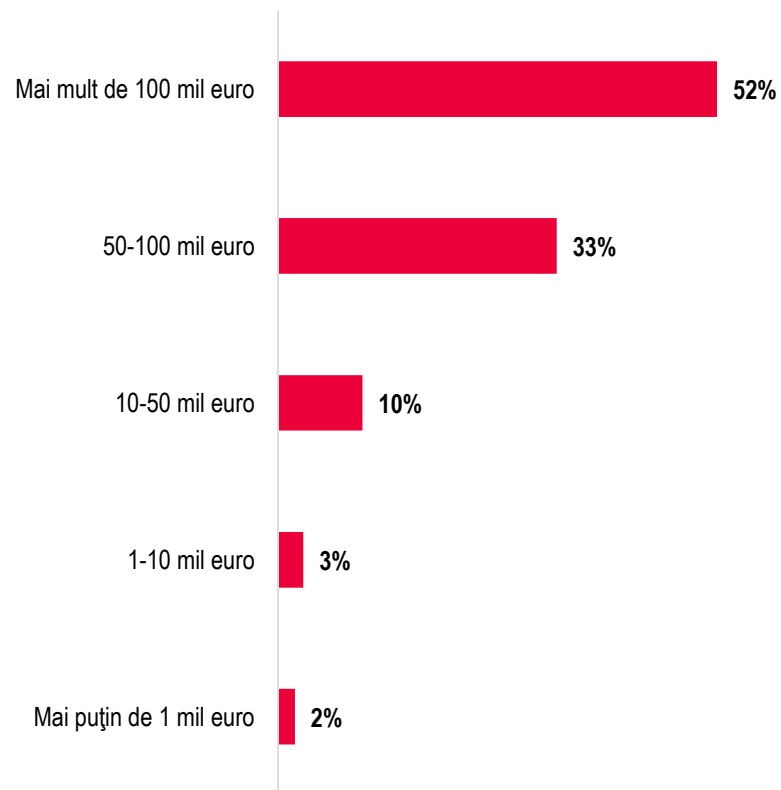
# Date demografice

## Industrie/sector



Răspunsuri: 111  
Au omis întrebarea: 0

## Cifra de afaceri (2020)



Răspunsuri: 111  
Au omis întrebarea: 0





## CONCLUZIILE AUTORILOR



# Concluziile autorilor



## Constantin Măgdalina

Director Executiv  
Valoria Business Solutions  
[constantin.magdalina@valoria.ro](mailto:constantin.magdalina@valoria.ro)

*Cea de-a noua ediție a studiului **Dinamica și perspectiva domeniului de CSR** oferă rezultatele comparative ale ultimilor 5 ani. Studiul surprinde evoluția bugetelor, numărului de proiecte, zonelor de interes ale companiilor. Este mai mult decât un instrument de analiză, dar și un ghid pentru cei care aprobă bugetele, activitățile și implică oamenii în proiecte de CSR. Profesionalizarea domeniului CSR în România este în derulare și un prim pas pentru ca acest proces să se accelereze este să avem ocazia evaluării la zi a domeniului prin intermediul acestui studiu.*



## Elena Badea

Managing Partner  
Valoria Business Solutions  
[elena.badea@valoria.ro](mailto:elena.badea@valoria.ro)

*Suntem încântați că studiul **Dinamica și perspectiva domeniului de CSR** a ajuns la cea de-a noua ediție și este un reper pentru acest domeniu în România. Studiul arată cum au evoluat companiile de la derularea proiectelor de CSR cu bugete mici și preponderent locale la cele cu acoperire națională și bugete în creștere, de la cvasi-inexistența raportării de CSR la adoptarea standardelor de raportare internaționale. Dar cel mai important rezultat este faptul că bugetele alocate pentru CSR au crescut semnificativ și au fost alocate spre sănătate și educație.*



## Lăcrămioara Botezatu

Project Manager  
CSRMedia.ro  
[lacramioara@csrmedia.ro](mailto:lacramioara@csrmedia.ro)

*Ajuns la ediția a noua, rezultatele studiului **Dinamica și perspectiva domeniului de CSR** ne oferă o perspectivă de ansamblu asupra domeniului CSR din ultimii 5 ani în România. Acest studiu este un instrument util atunci când se elaborează o strategie de CSR și se documentează decizii. Fiind deja la a noua ediție, pune la dispoziție informații comparative, care ne arată dinamica responsabilității sociale din ultimii ani și mai ales tendințele. Observăm o preocupare evidentă a directorilor executivi și managerilor privind sustenabilitatea operațiunilor.*



DATE DE CONTACT



## Date de contact și mulțumiri



### Constantin Măgdalina

Director Executiv  
Valoria Business Solutions  
[constantin.magdalina@valoria.ro](mailto:constantin.magdalina@valoria.ro)



### Elena Badea

Managing Partner  
Valoria Business Solutions  
[elena.badea@valoria.ro](mailto:elena.badea@valoria.ro)



### Lăcrămioara Botezatu

Project Manager  
CSRMedia.ro  
[lacramioara@csrmedia.ro](mailto:lacramioara@csrmedia.ro)

Dorim să le mulțumim tuturor celor care au răspuns chestionarului trimis pentru realizarea acestui studiu. Am fost încântați să constatăm interesul pentru această temă, dar și răspunsurile prompte. Acest studiu este realizat în parteneriat cu CSRmedia.ro.

#### Despre Valoria

Valoria Business Solutions este o companie de training, consultanță și coaching. Misiunea companiei este aceea de a transforma în valoare potențialul echipelor și organizațiilor. Competența, încrederea, inovația și pasiunea sunt valorile pe care le susținem prin tot ceea ce facem. Credem în oameni și în aspirația lor de împlinire personală și profesională și în dorința lor de a-și accelera potențialul. Aflați mai multe despre noi pe: [www.valoria.ro](http://www.valoria.ro).

Aceasta este o analiză cantitativă care își propune să evidențieze tendințe în legătură cu aceasta temă și să pună la îndemână ipoteze de lucru ce pot fi ulterior validate prin cercetări de piață extinse, pe eșantioane reprezentative. Acest material este conform informațiilor pe care le deținem la momentul redactării. El are un caracter informativ și de aceea se recomandă apelarea la asistență specializată înainte de a întreprinde orice acțiune în baza lui.



VĂ MULȚUMIM!







**CSRMedia.ro**

**Lăcrămioara Botezatu, Project Manager**

Mobile: 0721 886 378

Email: [lacramioara.botezatu@csrmedia.ro](mailto:lacramioara.botezatu@csrmedia.ro)

Web: [www.CSRMedia.ro](http://www.CSRMedia.ro)



**Valoria Business Solutions**

**Elena Badea, Managing Partner**

Mobile: 0726 13 99 02

Email: [elena.badea@valoria.ro](mailto:elena.badea@valoria.ro)

Web: [www.valoria.ro](http://www.valoria.ro)

