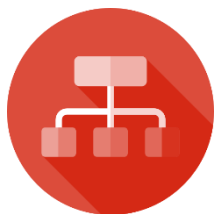


Dinamica și perspectiva domeniului de CSR în România

Ediția 2018





46%
companii
străine



54%
companii
românești



107
respondenți



16
industrii



29
Specialiști
de CSR



35
Specialiști
PR și Marketing

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 2017 și 2018.

Rezultatele studiului se bazează pe un chestionar alcătuit din 25 de întrebări administrat online în perioada 27.04 – 24.05 2018. La chestionar au răspuns companii ce activează în 16 industrii. 98% dintre firmele respondente spun că derulează proiecte de CSR.



TOP 5 CONCLUZII

78% vs. 86%

dintre companiile
respondente definesc
responsabilitatea socială
ca implicare în comunitate

57% vs. 55%

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



75% vs. 65%

dintre companii au vizat
educația pentru intervenție
și sprijin, surclasând
domeniul social

67% vs. 79%

dintre companiile
respondente spun că
își implică angajații în
acțiunile de CSR derulate
de companie



38% vs. 43%

dintre companii consideră
că este foarte probabil să
elaboreze un raport de CSR
sau de dezvoltare durabilă
în perioada următoare



Principalele 5 concluzii ale ediției 2018 vs. 2017

Rezultatele indică o încetinire a
”motoarelor” domeniului de CSR în 2018
comparativ cu 2017. Mai mult, semnificativ
mai puține companii își implică angajații în
acțiunile de CSR.

Ajuns la a șasea 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: 107
(Au omis întrebarea: 0)

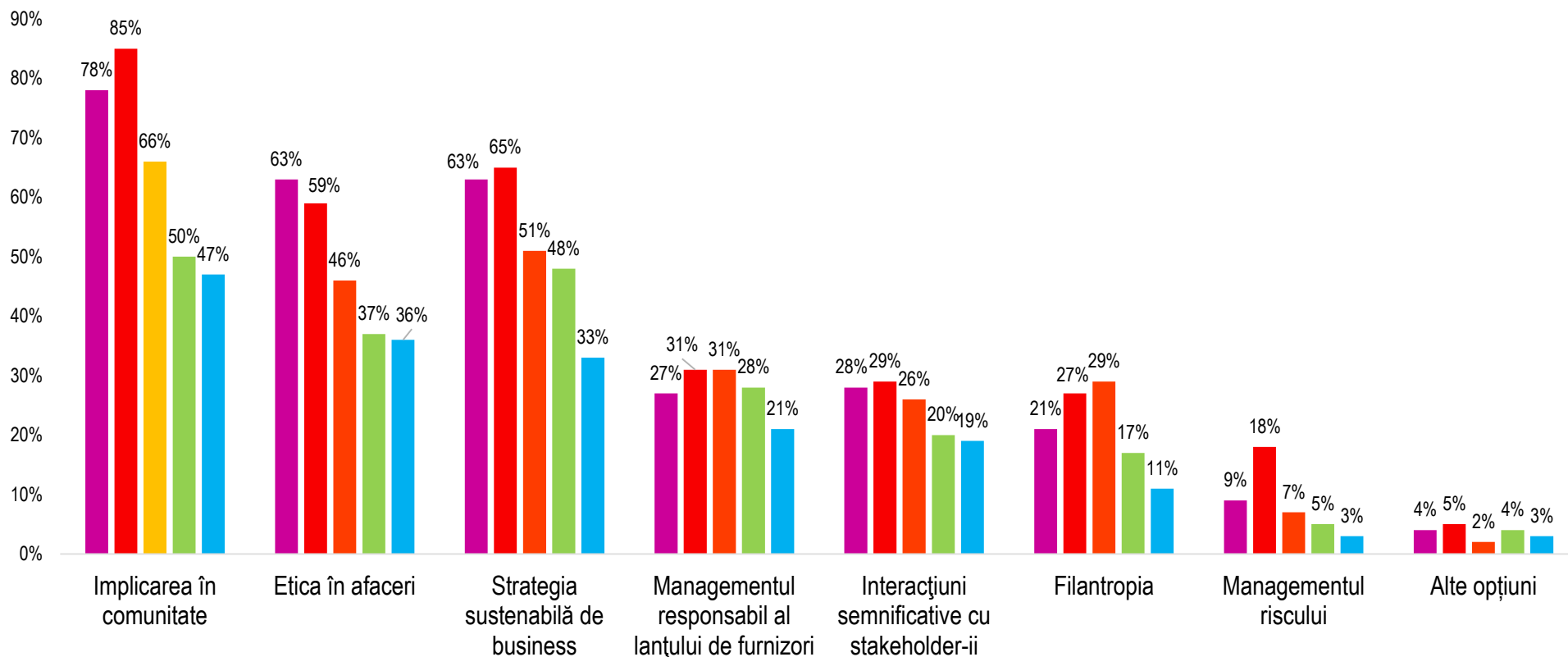
Care dintre opțiuni considerați că e cea mai potrivită pentru a defini responsabilitatea socială? (mai multe variante de răspuns)

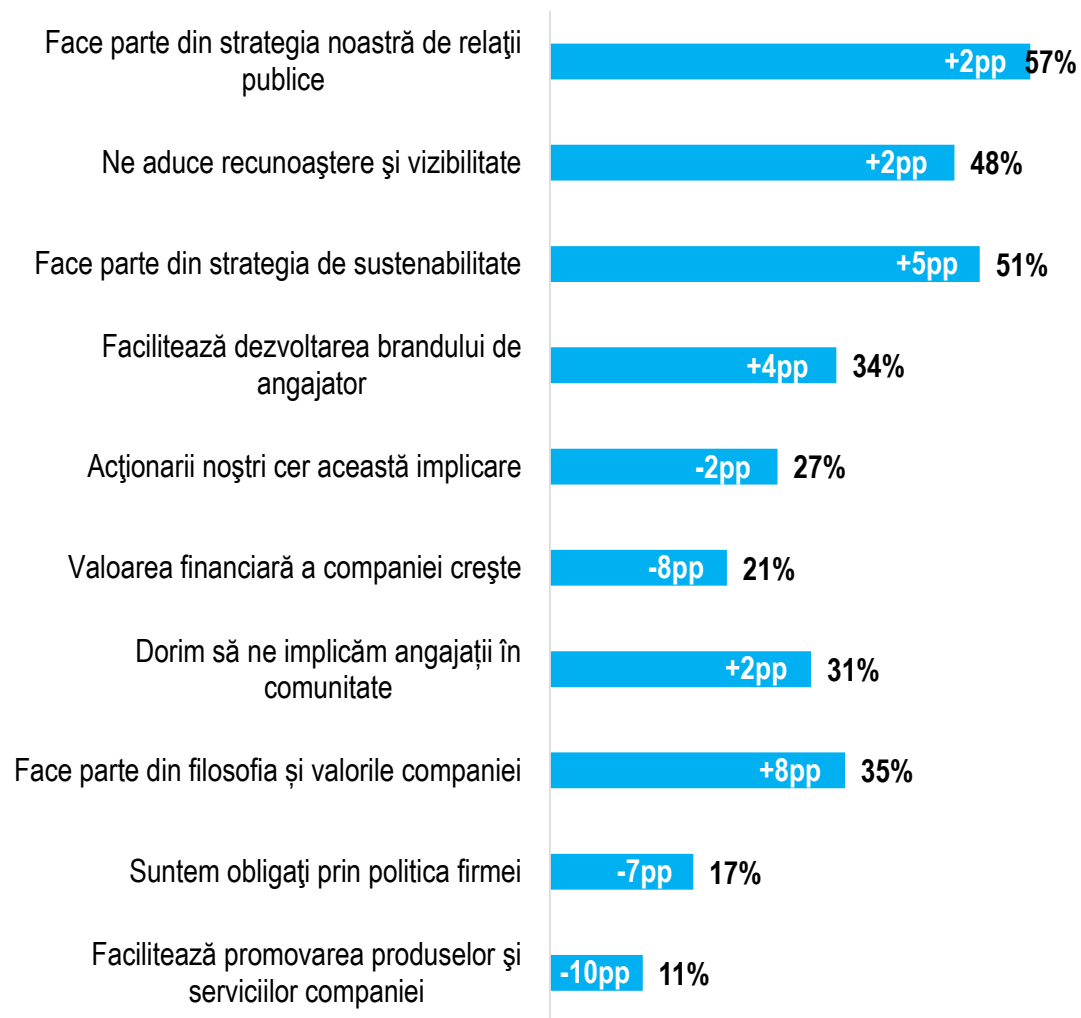
78% dintre companiile respondente, față de 86% anul trecut, definesc responsabilitatea socială ca implicare în comunitate.

Față de anul trecut, rezultatele cercetării de anul acesta consemnează scăderi la toate categoriile, de la implicarea în comunitate (-8pp) la managementul lanțului de furnizori (-4pp). Singura creștere este la etica în afaceri (+4pp).
(Notă: pp – puncte procentuale)

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

■ 2018 ■ 2017 ■ 2016 ■ 2015 ■ 2014





Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

De ce se implică compania dumneavoastră în CSR?

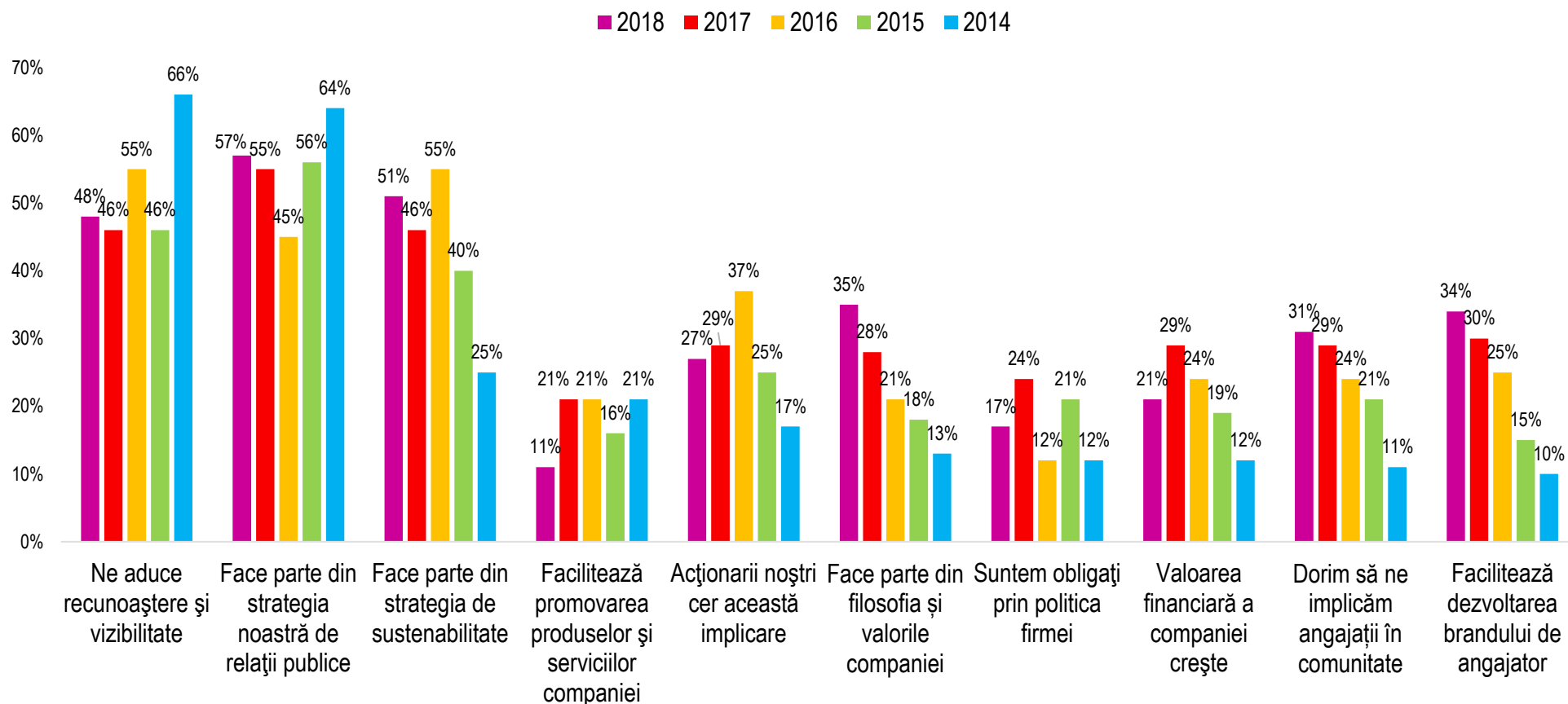
(mai multe variante de răspuns)

57% dintre companii, față de 55% în anul 2017, spun că se implică în CSR deoarece acesta face parte din strategia de relații publice.

Deși sunt mai puține companii care spun că se implică în CSR deoarece valoarea financiară a companiei crește (-8pp), sunt mai multe cele care spun că responsabilitatea socială corporativă face parte din filosofia și valorile companiei (+8pp), precum și cele care spun că face parte din strategia lor de sustenabilitate (+5%).

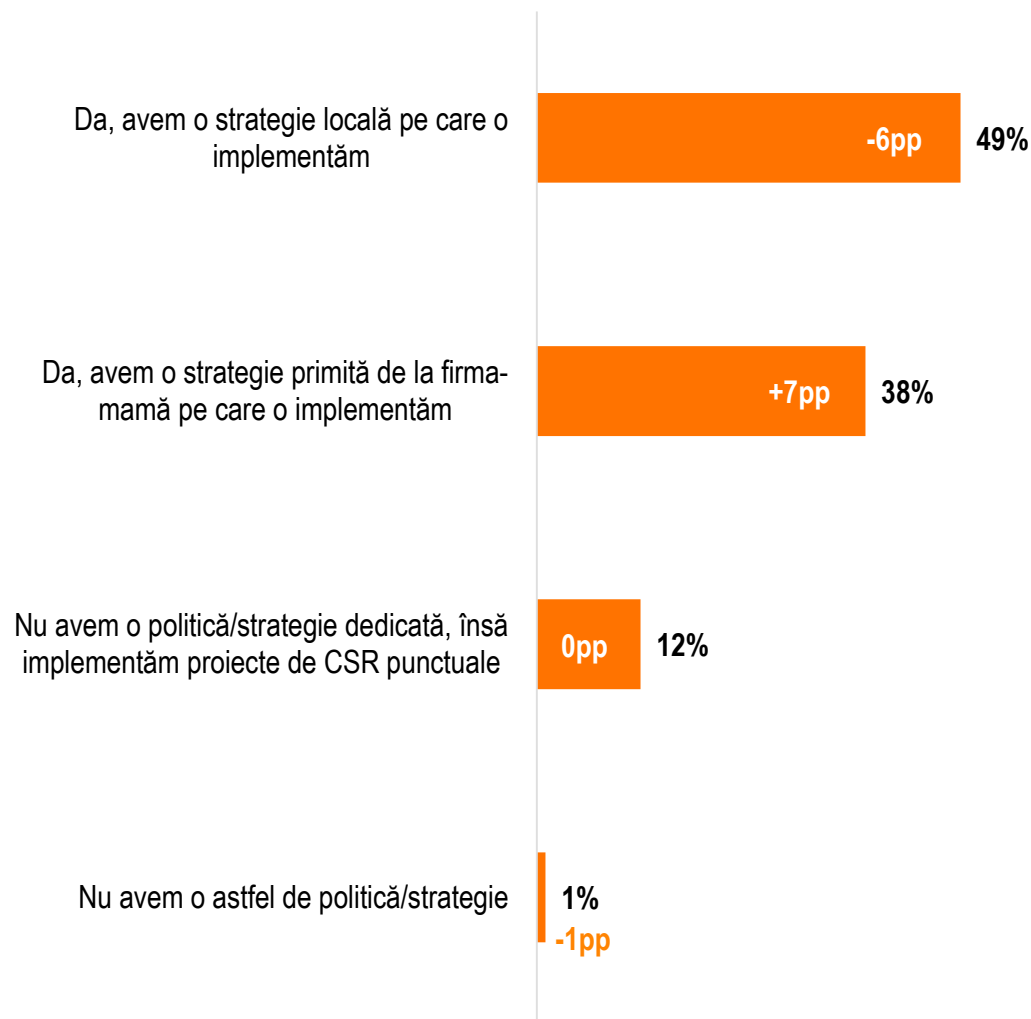
De ce se implică compania dumneavoastră în CSR?

(mai multe variante de răspuns)





STRATEGIA DE CSR

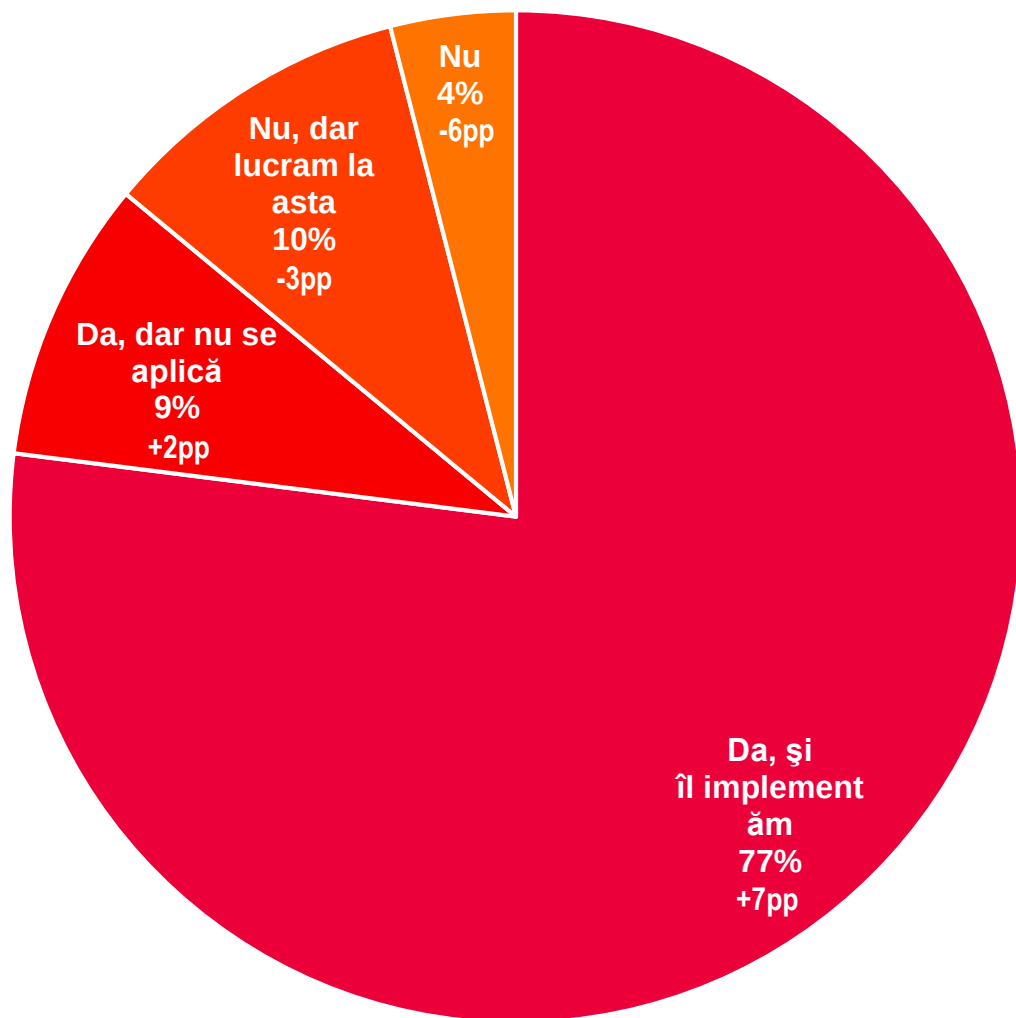


Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

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

49% dintre companiile respondente, față de 55% anul trecut, spun că au o strategie locală de CSR pe care o implementează.

Procentul companiilor care spun că au o strategie de CSR a crescut cu doar +1pp, de la 86% anul trecut la 87% anul acesta. Creșterea cea mai mare o au, și în 2018, companiile care spun că au primit strategia de CSR de la firma-mamă, acest mecanism fiind, de altfel, principalul mod de proliferare a domeniului de CSR în România.

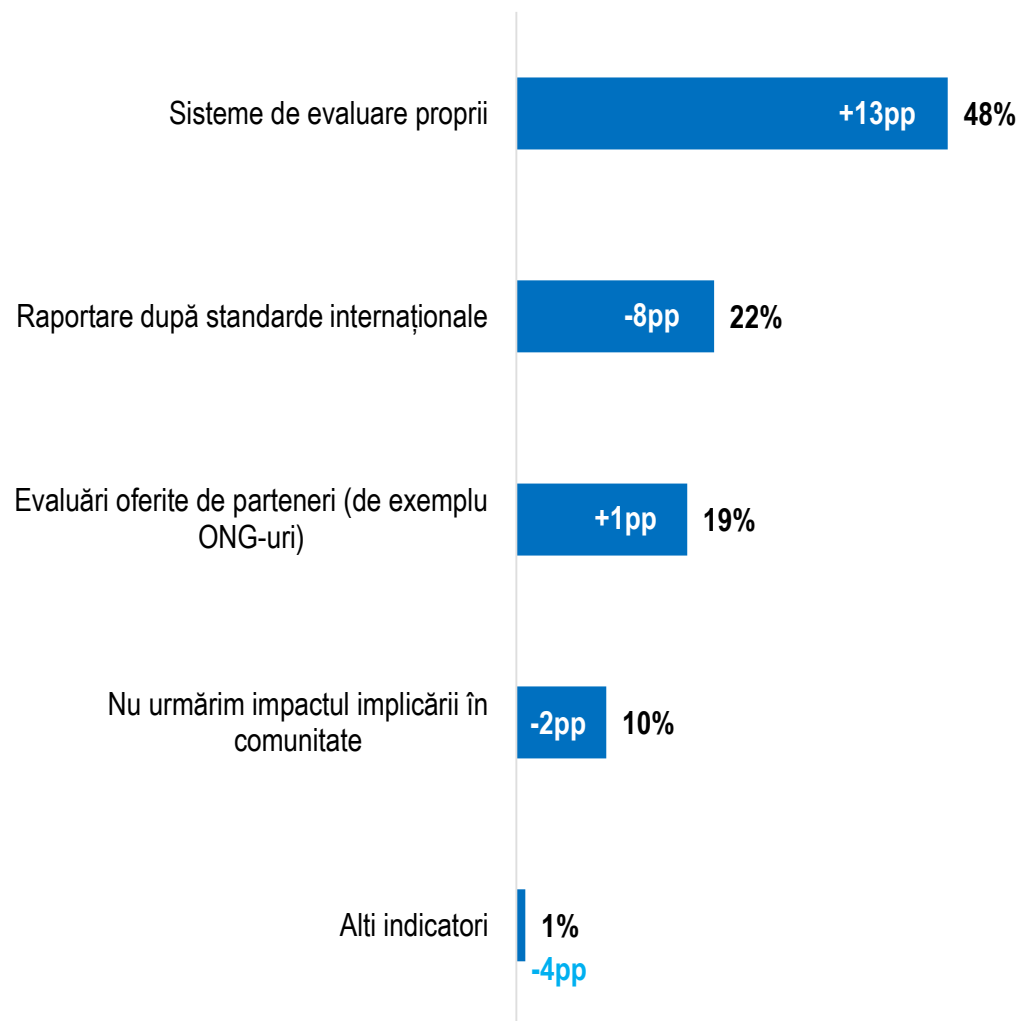


Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

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

77% dintre companiile respondente, față de 70% în anul anterior, spun că au un proces intern / extern pentru identificarea temelor relevante pentru CSR.

Procentajul companiilor care spun că au un proces intern / extern pentru identificarea temelor relevante pentru companie în domeniul CSR și îl implementează este în creștere cu +7pp. Asta denotă în continuare o maturizare a abordării domeniului CSR de către companii.

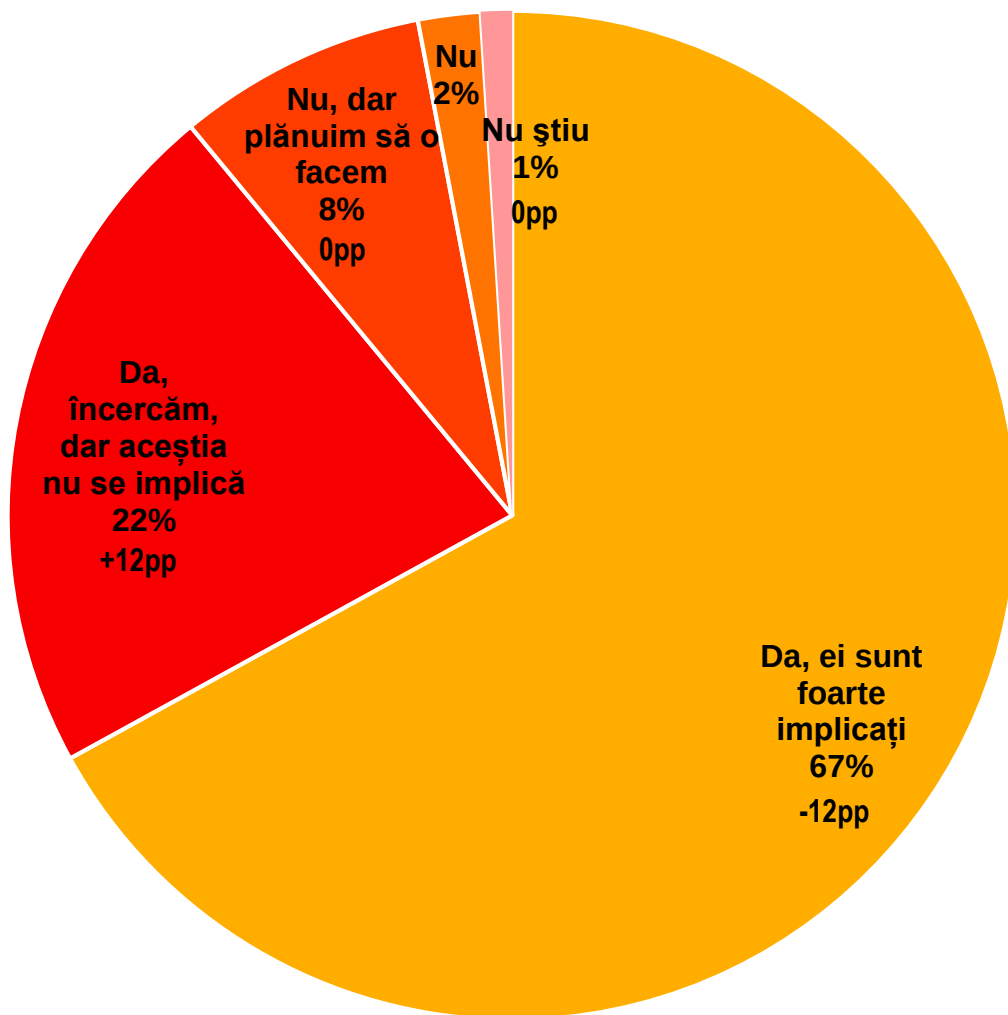


Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

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

48% dintre companiile respondente, comparativ cu 35% în anul anterior, spun că folosesc sisteme de evaluare proprii pentru a urmări impactul activităților de CSR.

Per total, față de anul trecut, numărul companiilor care urmăresc impactul CSR crește cu +4pp. Raportarea în conformitate cu standardele internaționale înregistrează o scădere de -8pp, cea după sisteme de evaluare proprii crește cu +13pp, iar cea bazată pe evaluări oferite de parteneri cu +1pp.



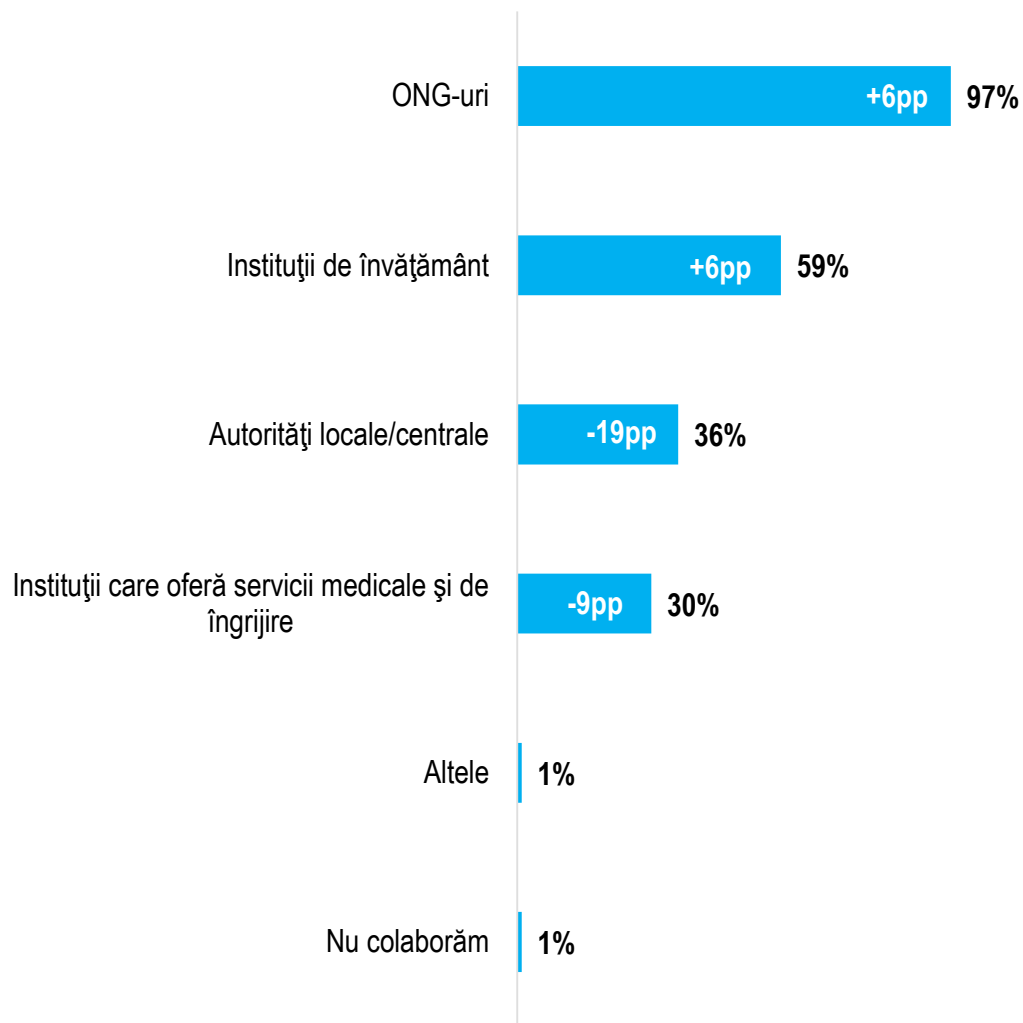
Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

Implicați angajații în acțiunile de CSR derulate de companie?

(o singură variantă de răspuns)

67% dintre companiile respondente, în scădere de la 79% cu un an înainte, spun că își implică angajații în acțiunile de CSR derulate de companie.

Semnificativ mai puține companii respondente decât anul trecut, 67% vs. 79%, spun că își implică angajații în acțiunile de CSR derulate de firmă. Diferența de +12pp a mers la companiile care spun că încearcă, dar angajații nu se implică. Celelalte variante de răspuns sunt și ele asemănătoare cu cele din 2017.



Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

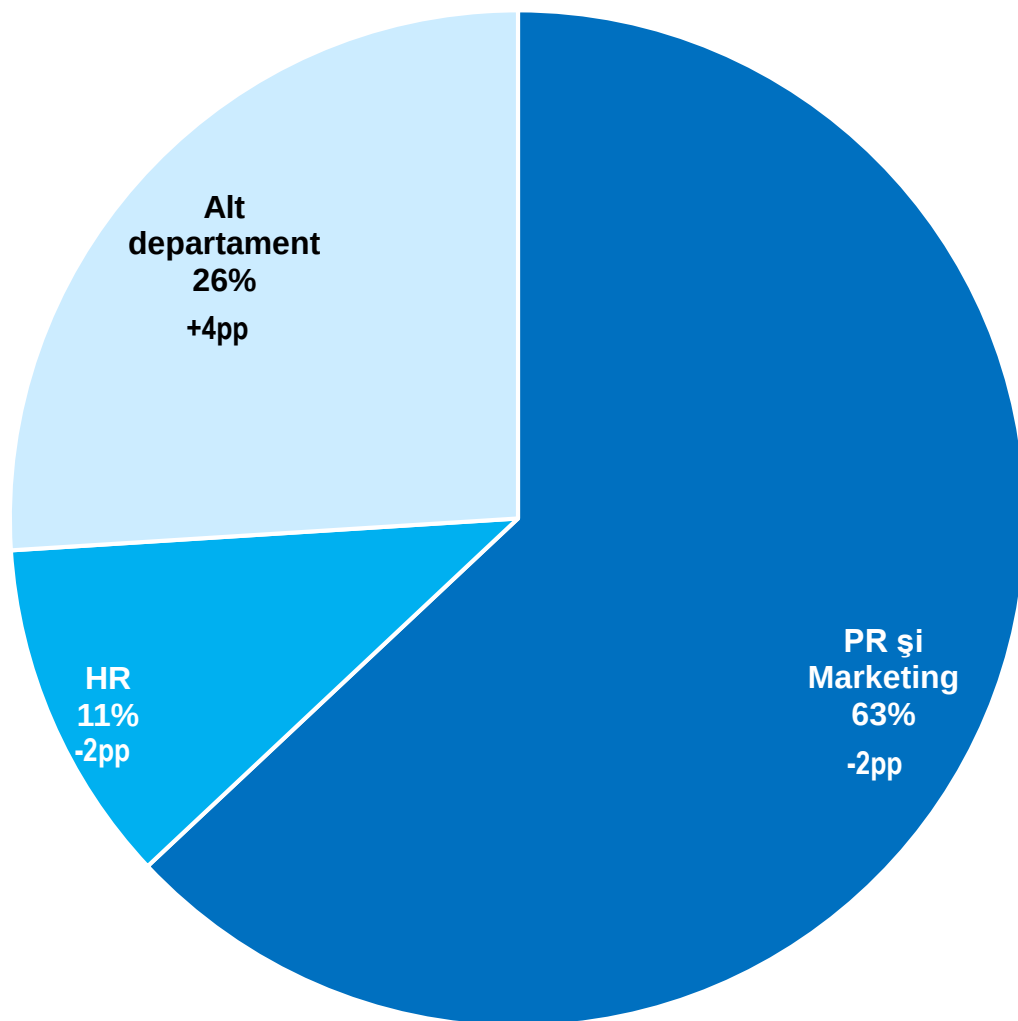
Cu ce fel de instituții colaborați pentru implementarea proiectelor de CSR? (mai multe variante de răspuns)

59% dintre companii în anul 2018, față de 53% în 2017, colaborează cu instituții de învățământ pentru implementarea proiectelor de CSR.

Peste 90% dintre companiile respondente colaborează cu ONG-uri pentru implementarea proiectelor de CSR și anul acesta. Este de remarcat scăderea de -19pp a celor care au o colaborare cu autoritățile centrale/locale, dar mai ales creșterea de +6pp a firmelor care colaborează cu instituții de învățământ.



BUGETUL DE CSR



Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

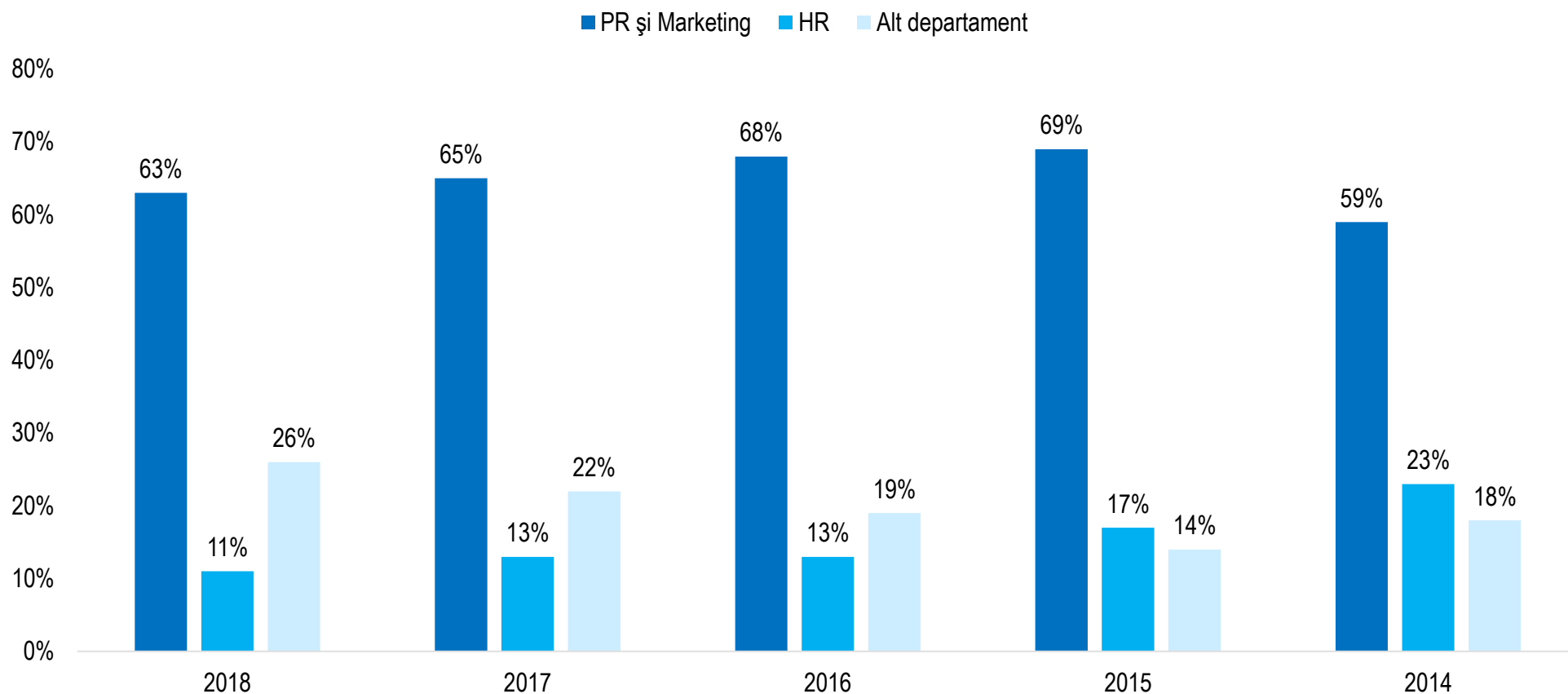
În ce departament se prevede principala linie de buget pentru CSR? (o singură variantă de răspuns)

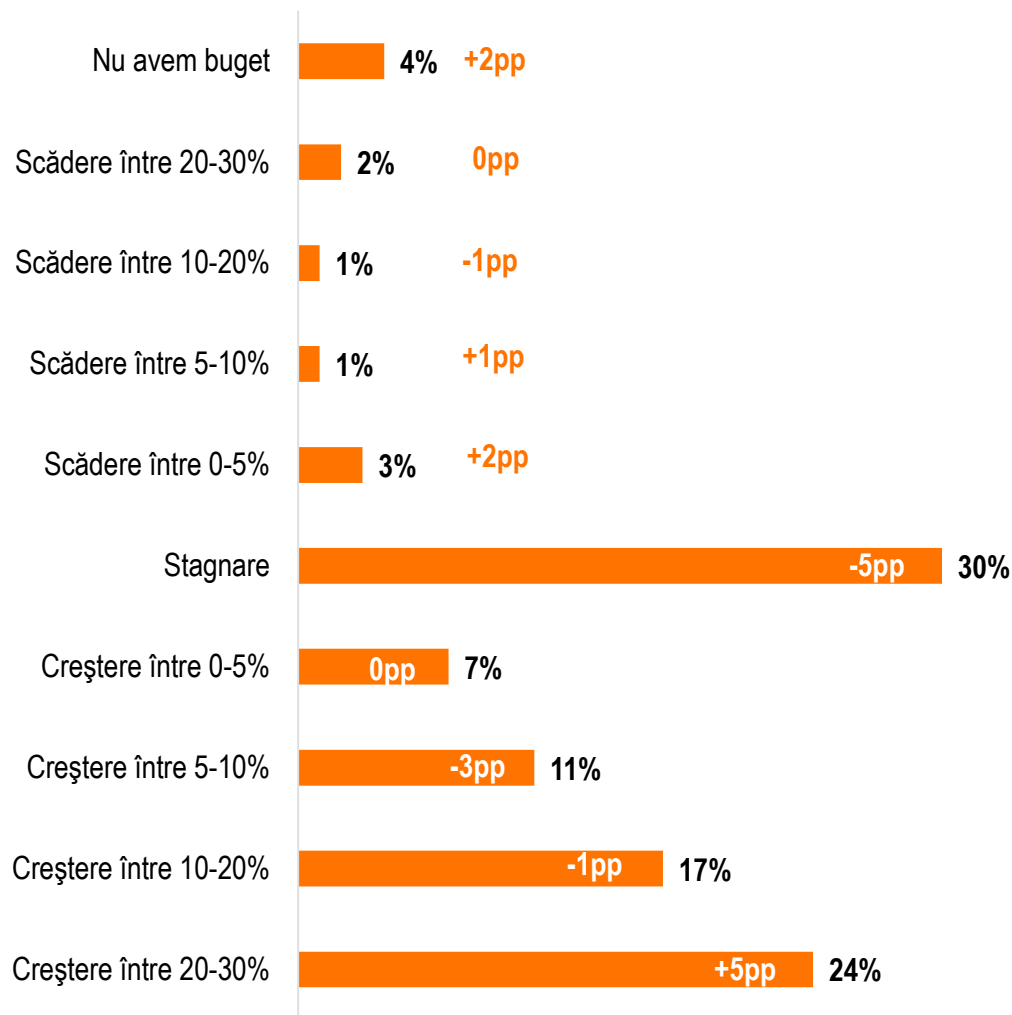
63% dintre companii în 2018, față de 65% în 2017, spun că departamentul de PR și Marketing este cel care prevede, în principal, o linie de buget pentru CSR.

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 -2pp la PR și Marketing și -2pp la Resurse Umane, scăderea se echilibrează cu o creștere de +4pp la alt departament.

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

(o singură variantă de răspuns)



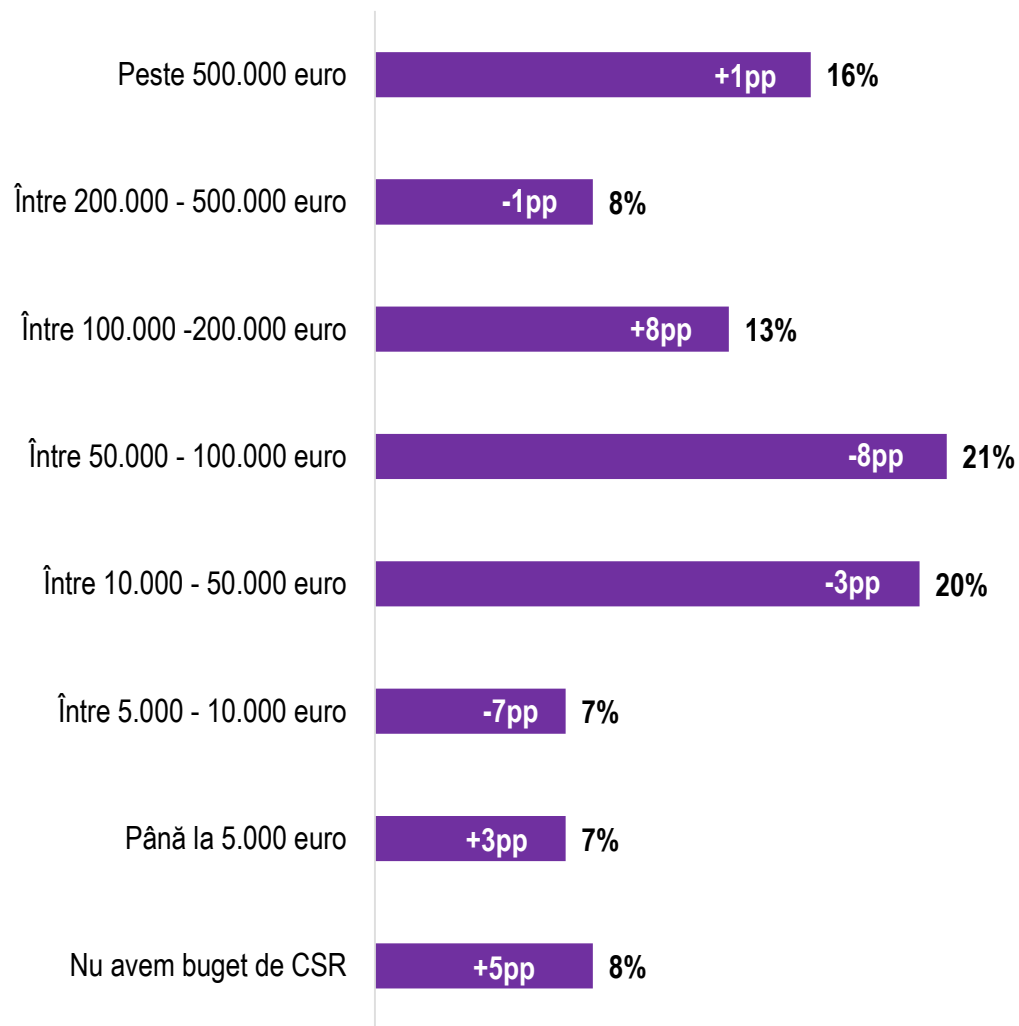


Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

Cum a evoluat bugetul dumneavoastră de CSR în 2018 față de 2017? (o singură variantă de răspuns)

30% dintre companiile respondente, față de 35% anterior, spun că bugetul de CSR a stagnat în anul 2018.

Bugetele de CSR care cresc semnificativ, cu 20-30%, sunt mai mari cu +5pp în 2018 față de 2017, dar sunt singurele care cresc. Pe de altă parte, vedem o scădere cu -5pp a companiilor care spun că bugetele lor de CSR stagnează. Așadar sunt vești relativ bune despre bugetele de CSR, dar observăm o tendință conservatoare.



Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

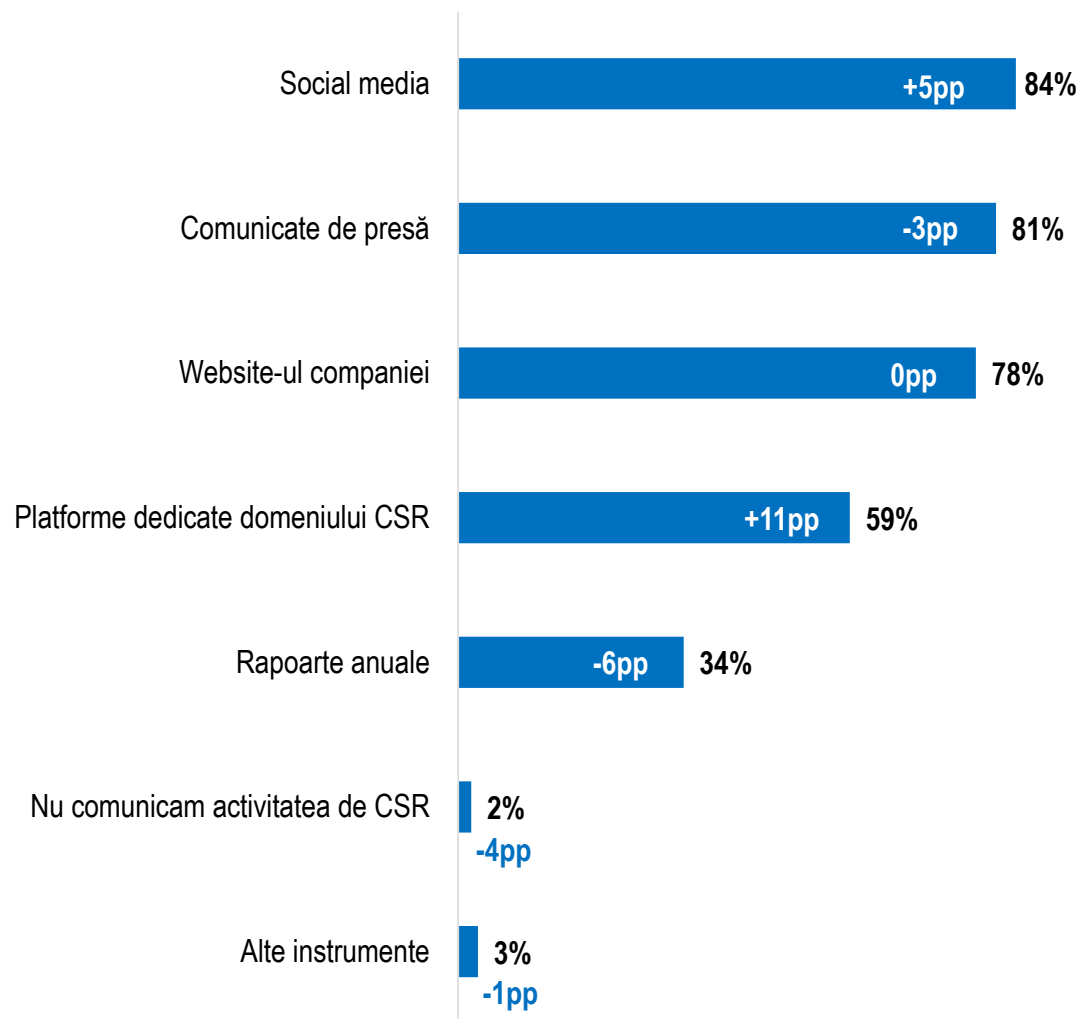
Care este bugetul dumneavoastră de CSR în 2018? (o singură variantă de răspuns)

21% dintre companiile respondente, comparativ cu 29% cu un an înaintea, spun că bugetul de CSR din anul 2017 este între 50,000 euro și 100,000 euro.

Bugetele de 100,000-200,000 euro au anul acesta cea mai mare creștere de +8pp, iar cele de 50,000-100,000 euro cea mai mare scădere de -8pp. Cresc și bugetele de peste 500,000 euro, dar numai cu +1pp. Așadar primim, în continuare, vești relativ bune despre bugetele de CSR pentru anul 2018.



PROIECTE ȘI
ECHIPE DE CSR



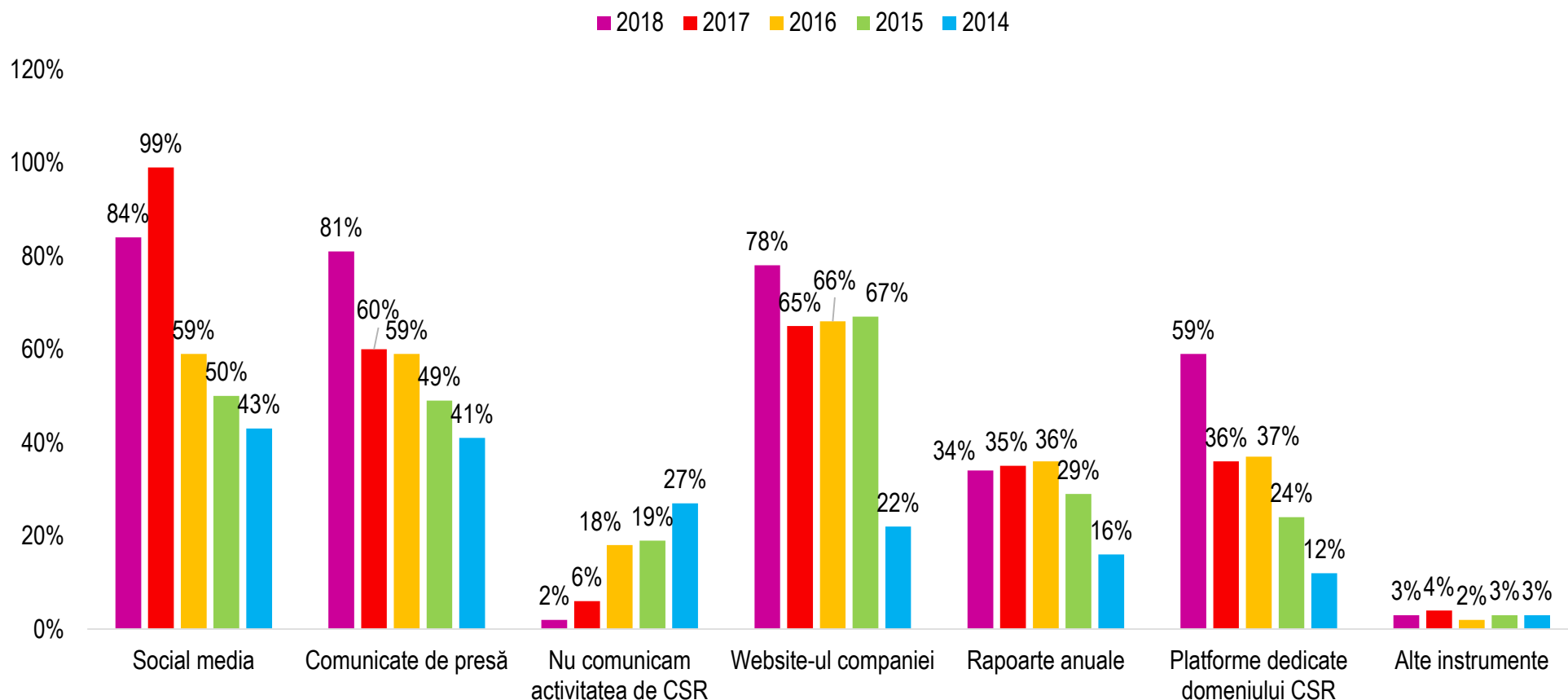
Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

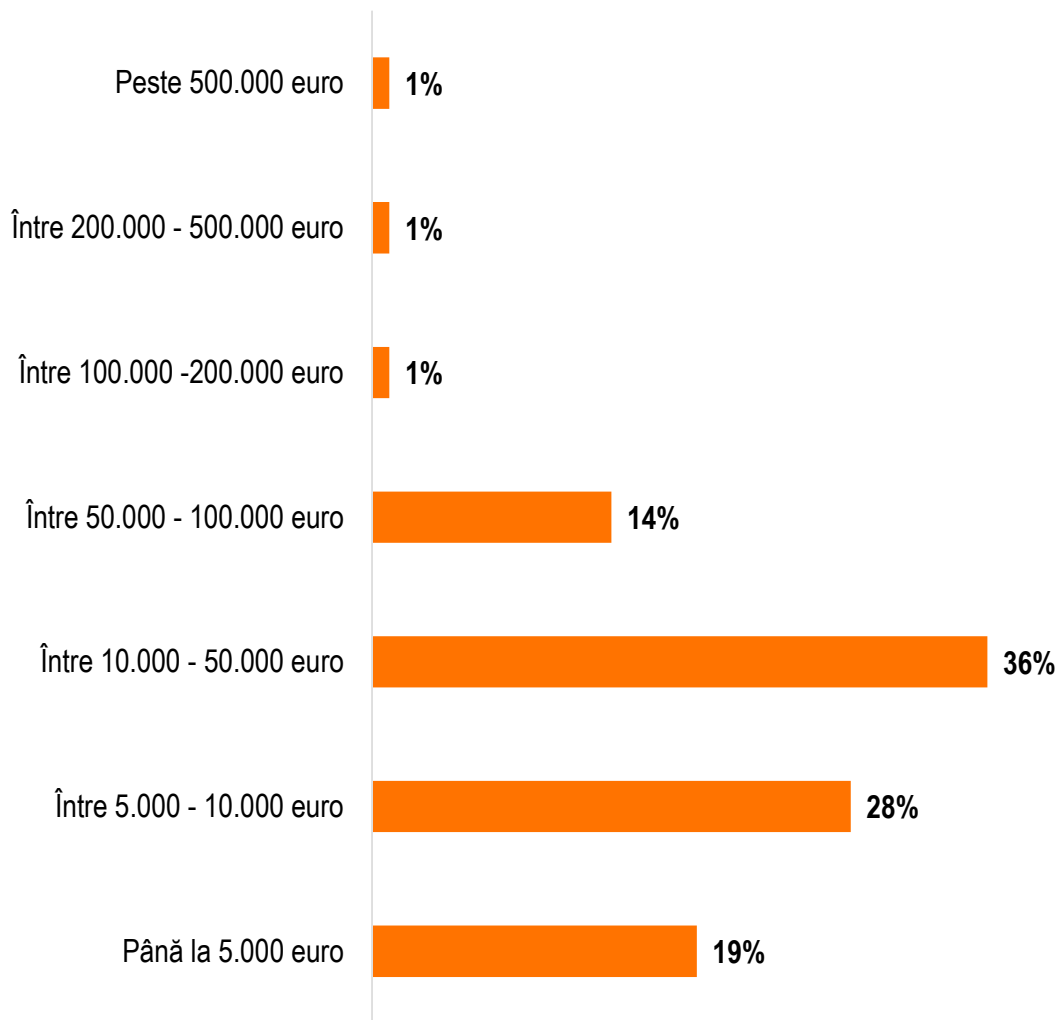
Ce instrumente folosiți pentru comunicarea publică a activității de CSR? (mai multe variante de răspuns)

84% dintre companii comunică despre proiectele lor de CSR în social media (o creștere de +5pp), 81% prin comunicate de presă (-3pp), iar 78% prin website-ul companiei (stagnare).

Este de remarcat faptul că social media a trecut pe primul loc (+5pp), companiile folosind extensiv acest canal pentru comunicarea publică a activității de CSR. Atenția rămâne și la comunicatele de presă, unde procentul este semnificativ (81%), chiar dacă într-o ușoară scădere față de anul trecut. Creșterea cea mai mare (+11pp) apare la platformele dedicate domeniului de CSR, ceea ce este îmbucurător.

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



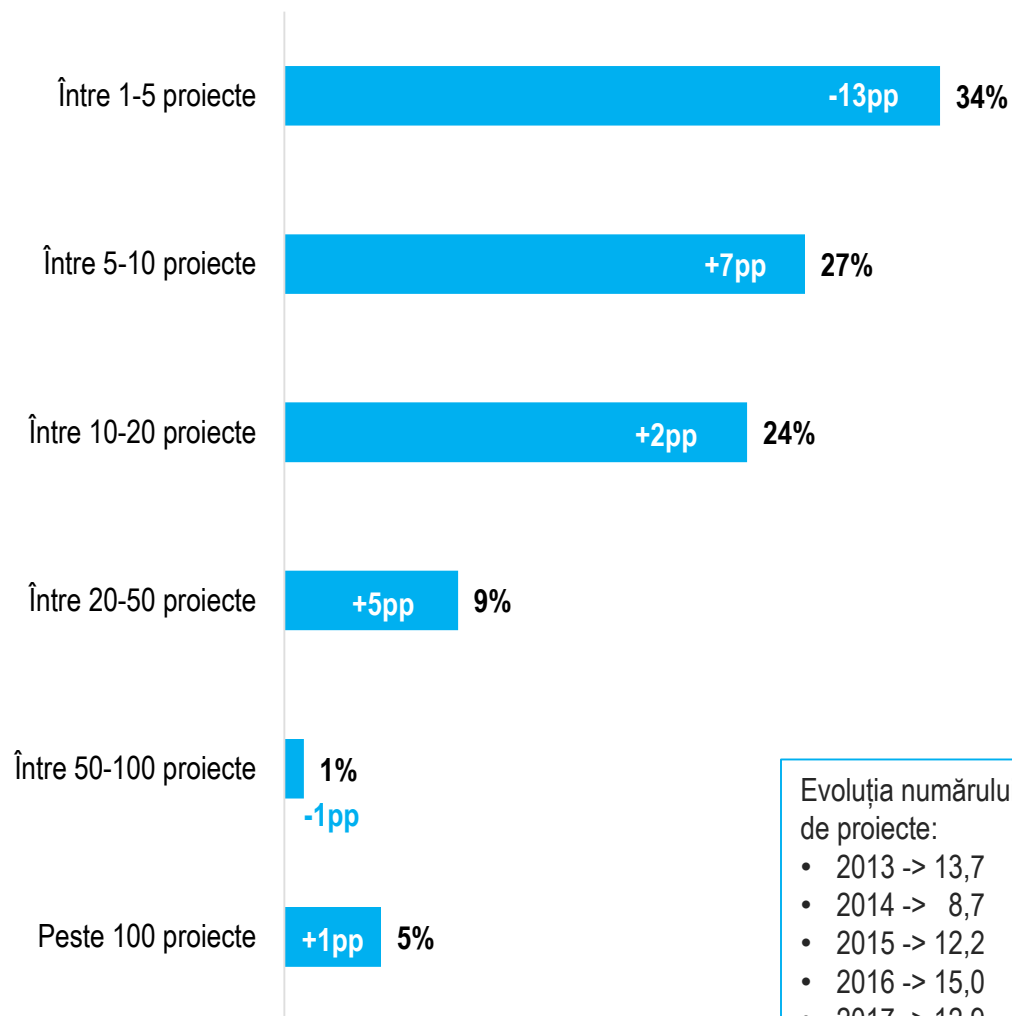


Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

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

36% dintre companii derulează proiecte de valoare medie de maxim 10,000-50,000 euro. Numai 3% spun că valoarea medie a proiectelor lor este de peste 100,000 euro.

Cele mai multe companii (88%) fac proiecte cu valoare medie între 5,000 euro și 100,000 euro. Cele care alocă un buget mediu de până în 5,000 euro per proiect reprezintă 19% din totalul firmelor respondente.

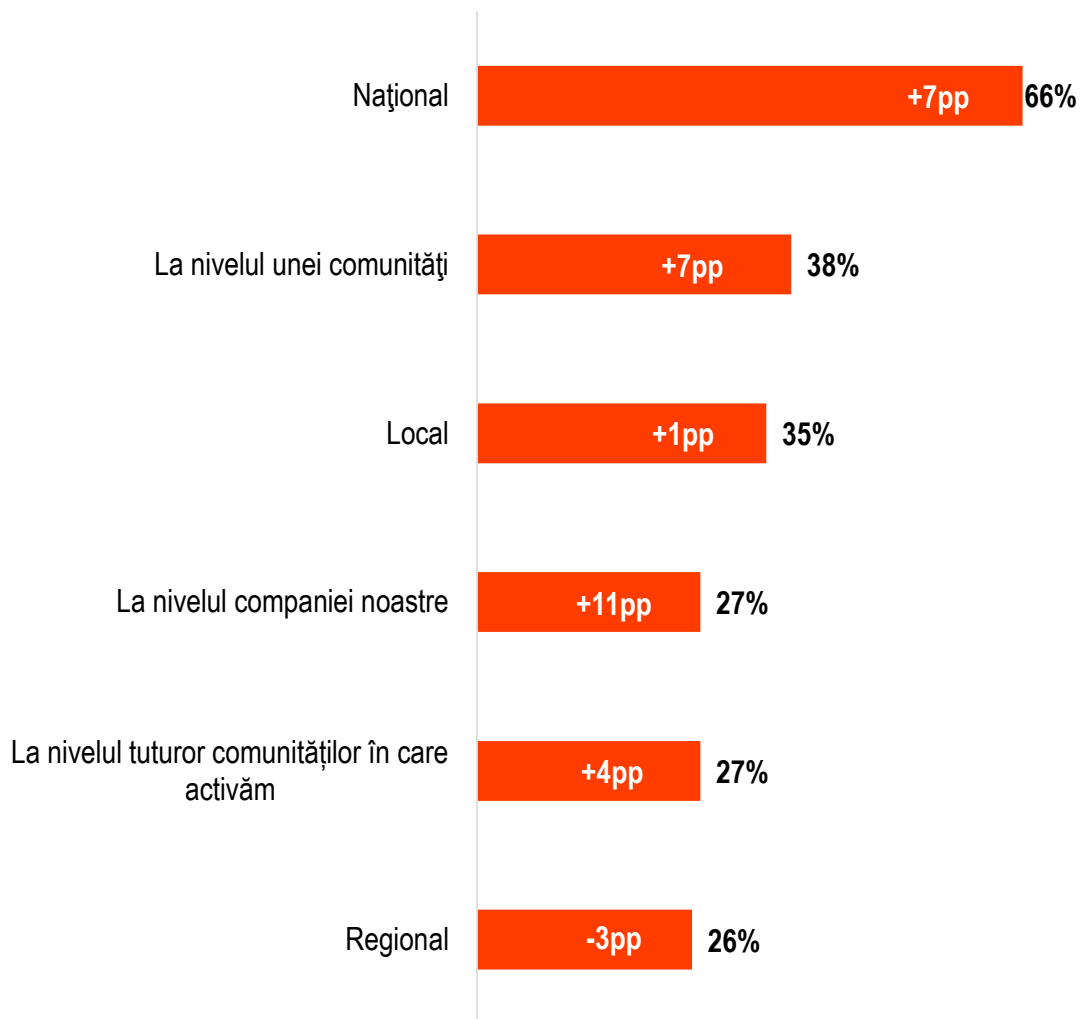


Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

Câte proiecte CSR ați derulat în anul 2017? (o singură variantă de răspuns)

12,9 este numărul mediu de proiecte de CSR derulate de companiile respondente în anul 2017. Totuși, 5% dintre companii, +1pp față de anul anterior, spun că derulează peste 100 de proiecte pe an.

Cele mai multe companii (34% în 2017 vs. 47% în 2016) nu au derulat mai mult de 1-5 proiecte de CSR. Totuși, 27% (+7pp) spun că au implementat 5-10 proiecte, iar alte 24% (+2pp) au implementat 10-20 de proiecte. Este de remarcat și faptul că avem 5% dintre companiile respondente care spun că au derulat peste 100 de proiecte de CSR în 2017, în creștere cu +1pp față de 2016.

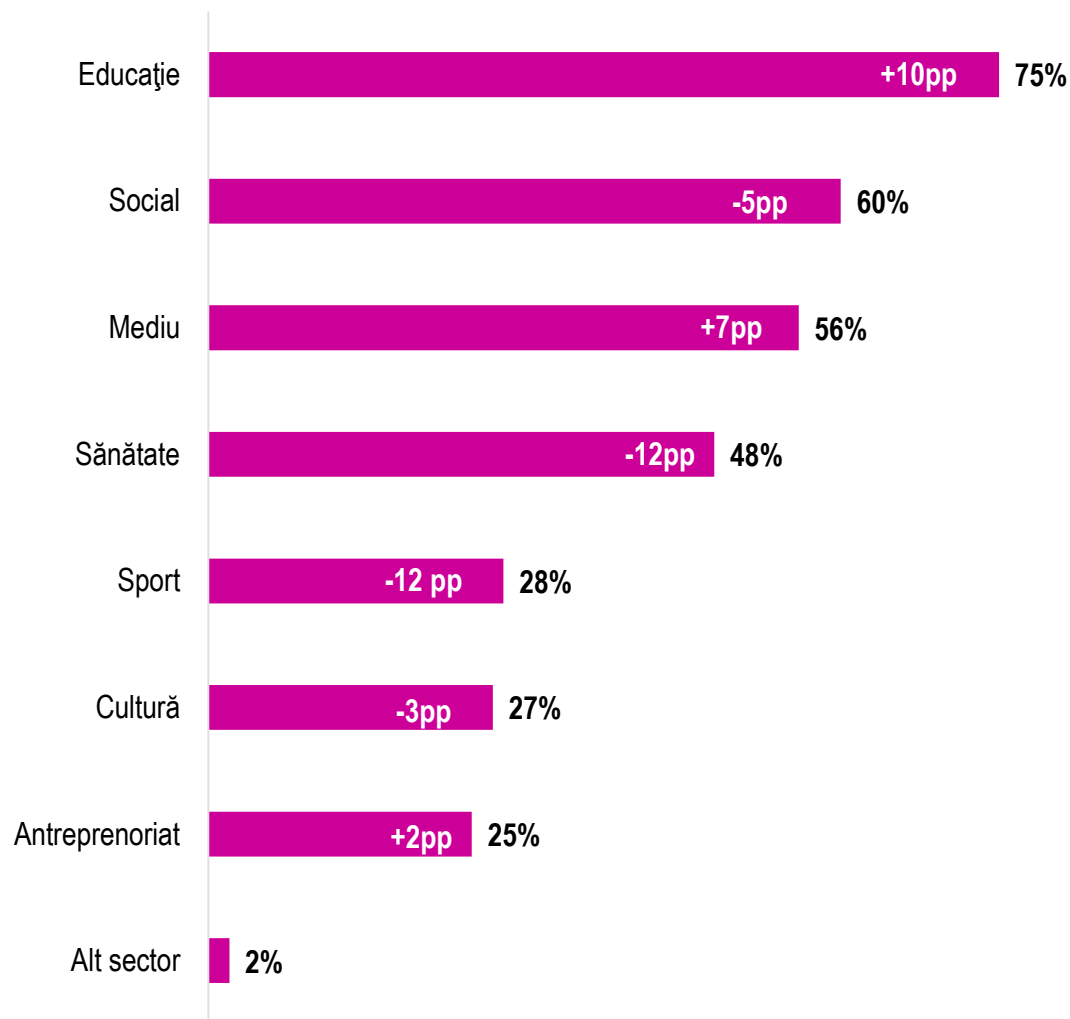


Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

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

66% dintre companiile respondente, față de 59% cu 12 luni înainte, spun că derulează proiecte la nivel național, iar 38% vs. 31% că au proiecte la nivel unei comunități.

Pe primul loc rămân companiile care derulează proiecte la nivel național (66% în 2017 vs. 59% în 2016) în urma unei creșteri de +7pp. Companiile care fac proiecte de CSR la nivelul unei comunități trec pe locul al doilea (+7pp), iar cele care derulează proiecte la nivel local trec pe locul al treilea, cu o creștere de numai +1pp.



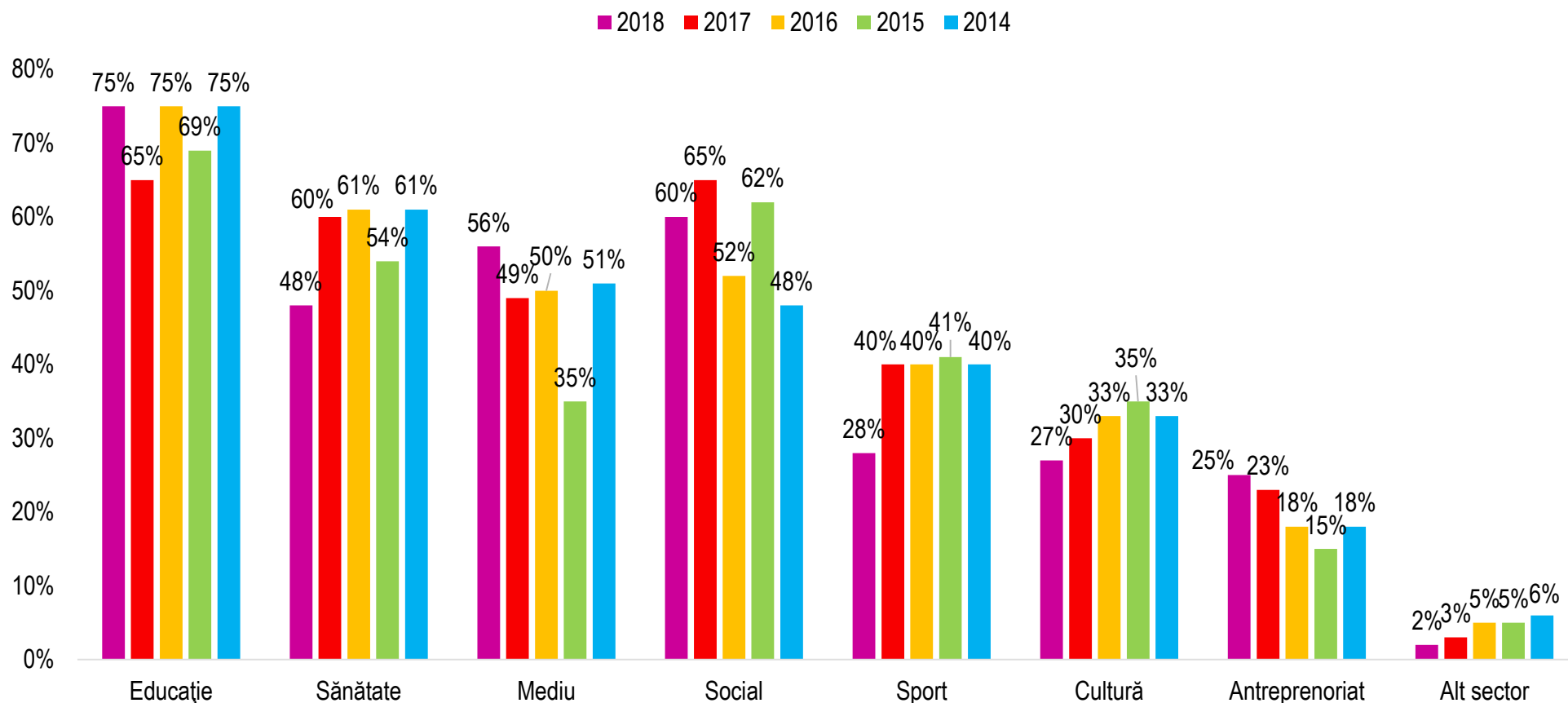
Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

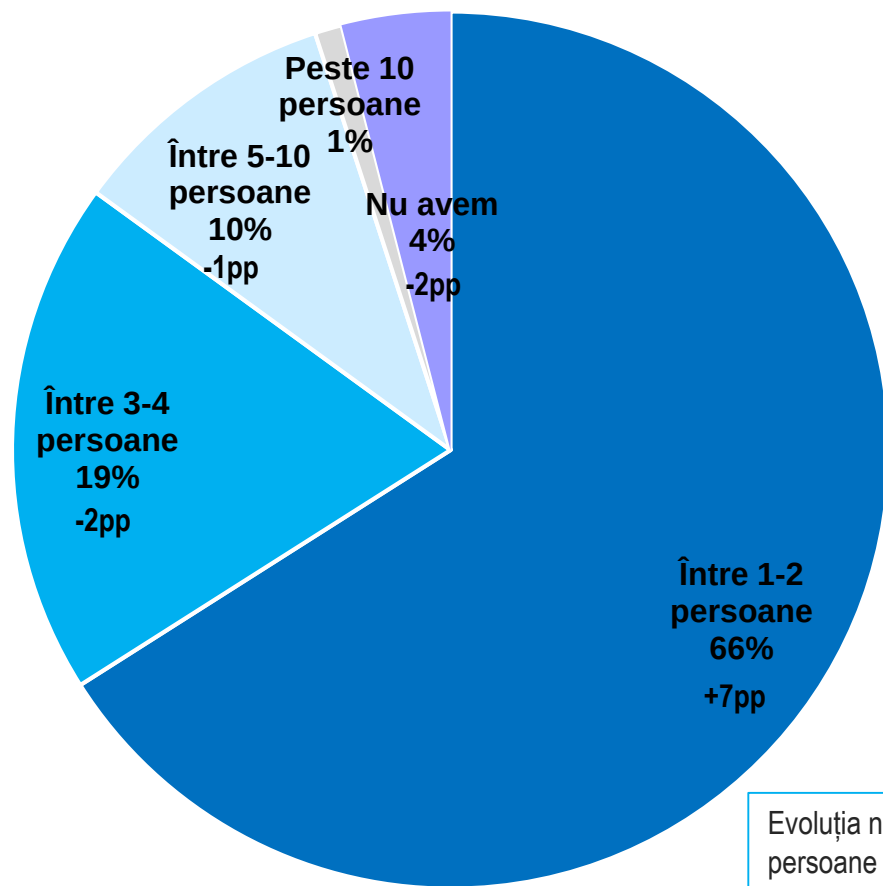
Ce sectoare ale comunității au fost vizate pentru intervenție și sprijin în 2017? (mai multe variante de răspuns)

75% dintre companii în 2017, față de 65% anterior, au vizat domeniul educației pentru intervenție și sprijin și numai 60% vs. 65% domeniul social.

În afară de trei sectoare – educație, mediu și antreprenoriat – toate celelalte au scăzut sau au stagnat în 2017. Creșterea de +10pp din sectorul educației îl aduce acum pe acesta pe primul loc, iar cel social (-5pp) trece pe locul al doilea. Mediul (+7pp) trece pe locul al treilea, iar sănătatea (-12pp) coboară pe locul al patrulea.

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





Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

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

Câte persoane au făcut parte din echipa de CSR în 2017?

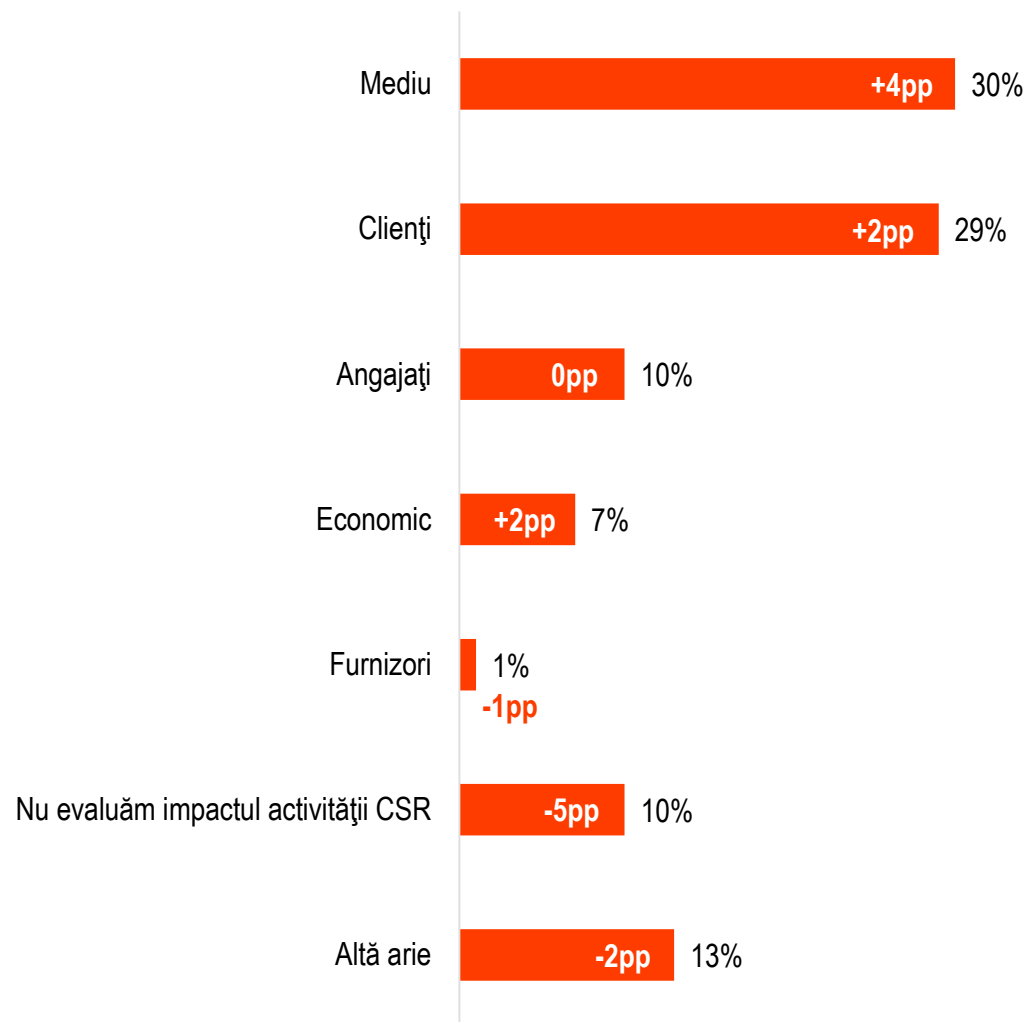
(o singură variantă de răspuns)

2,3 FTE este dimensiunea medie a echipei de CSR în anul 2017, dar 10% dintre companii au echipe de 5-10 persoane.

Numărul de angajați cu normă întreagă (sau echivalentul acestora) din echipa de CSR a înregistrat o scădere de la 2,4 FTE în 2016 la 2,3 FTE în 2017. Scăderea continuă pentru al treilea an la rând. Pe de altă parte, este de remarcat faptul că 10% dintre companii spun că au avut o echipă de CSR alcătuită din 5-10 persoane în 2017.



IMPACT ȘI
RAPORTARE



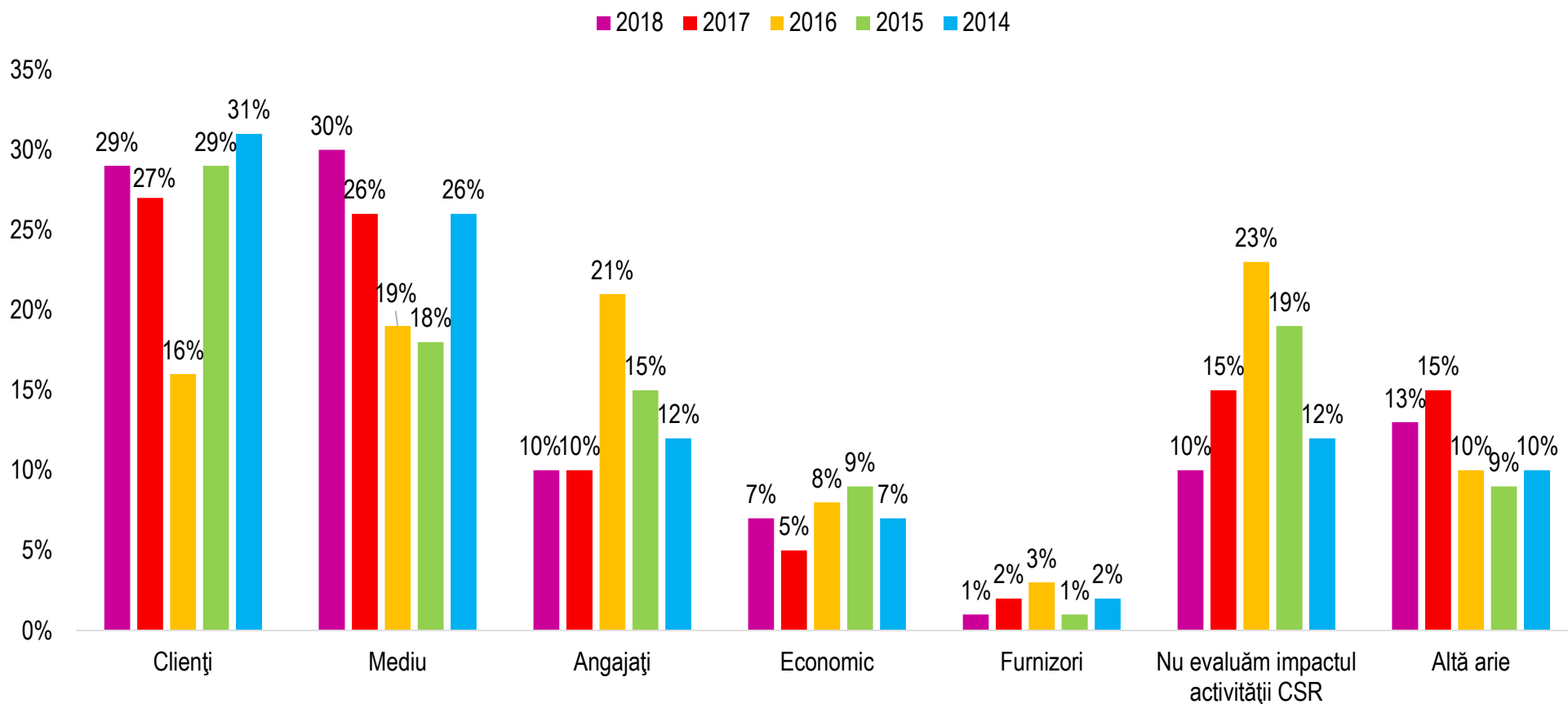
Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

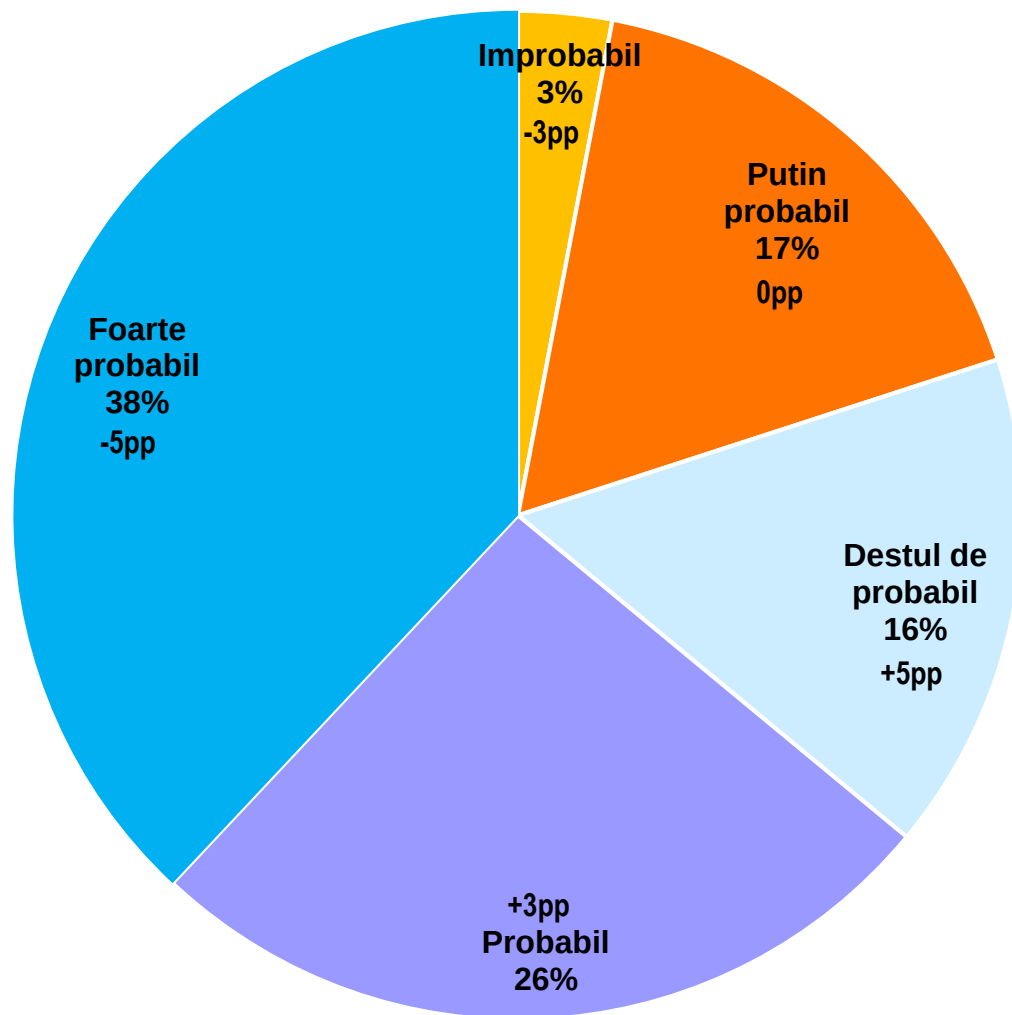
Care este cea mai importantă arie în funcție de care vă evaluați impactul activității CSR? (o singură variantă de răspuns)

30% dintre companiile consideră mediul ca fiind cea mai importantă arie pentru evaluarea impactului activității de CSR în 2018.

În 2018 mediul (+4pp) devin cea mai importantă arie în funcție de care companiile își evaluează impactul activității de CSR. Cu o creștere de numai +2pp, clienții trec pe locul al doilea. Din păcate, remarcăm o stagnare la angajați și una de -1pp la furnizori.

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





Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

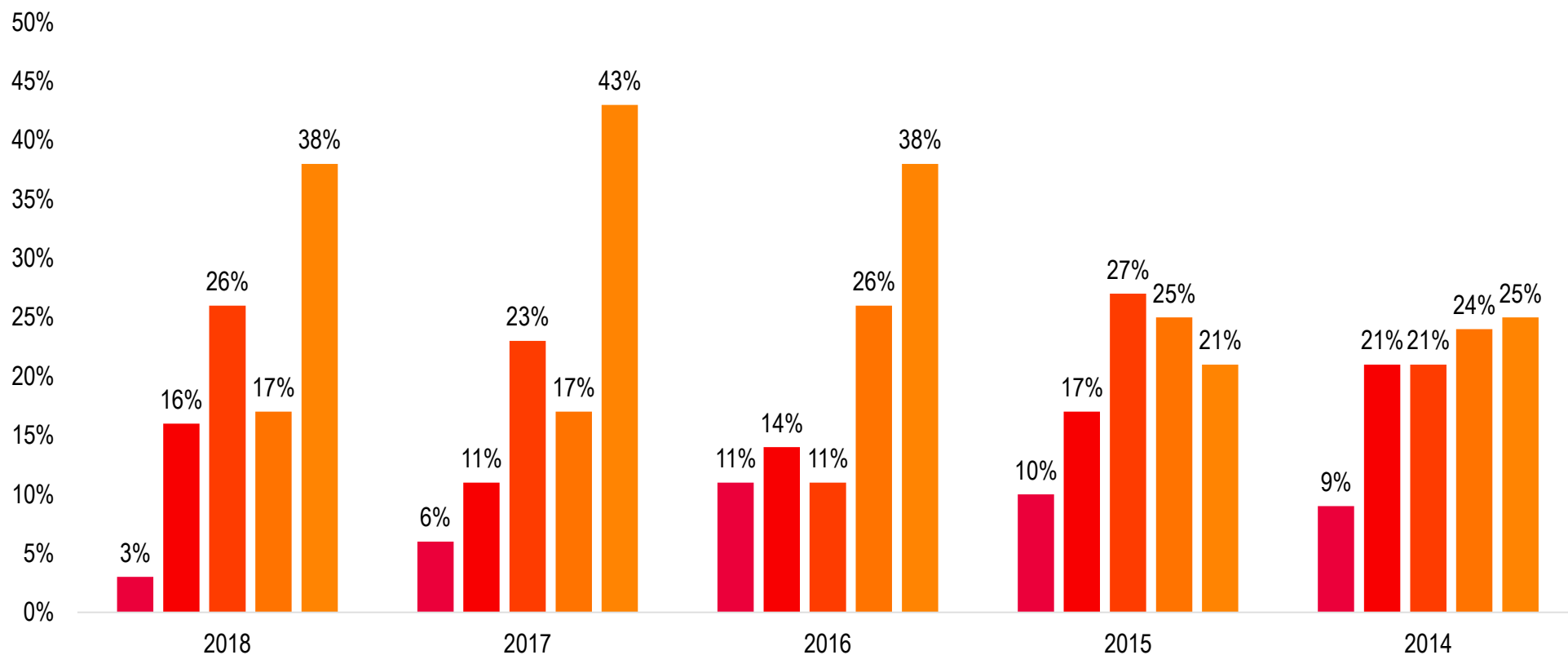
Cât de probabil este ca firma dvs. să elaboreze un raport de CSR / dezvoltare durabilă în viitorul apropiat? (o singură variantă de răspuns)

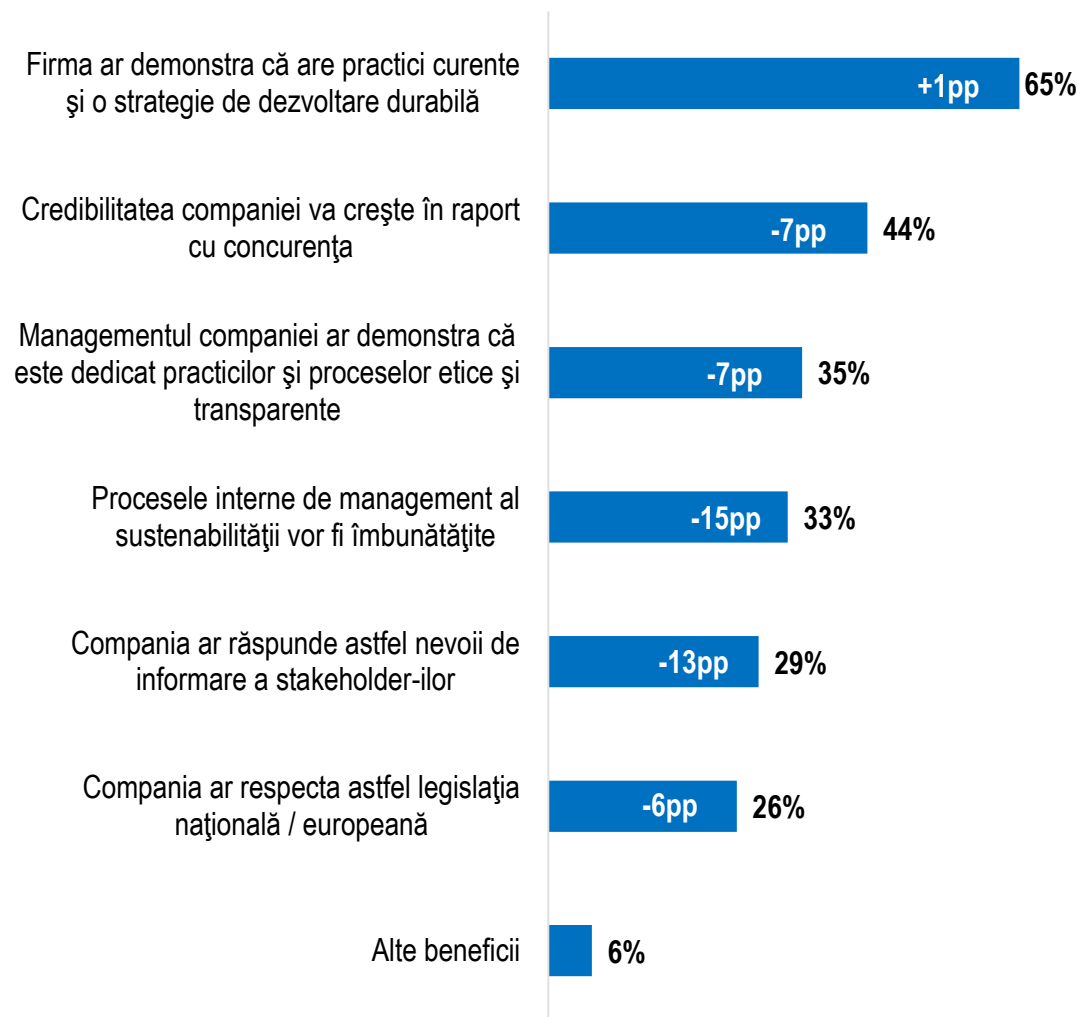
38% dintre companii consideră, față de 43% anul trecut, că este foarte probabil să elaboreze un raport de CSR sau de dezvoltare durabilă în perioada următoare.

Per total, scorul dat de media ponderată a răspunsurilor primite la această întrebare crește de la 3,47 în 2016 la 3,76 în 2017 și la 3,8 în 2018. Crește, de asemenea, cu +8pp și procentul companiilor care consideră probabil și destul de probabil să elaboreze un raport de CSR în viitorul apropiat, de la 34% în 2017 la 42% în 2018.

Cât de probabil este ca firma dvs. să elaboreze un raport de CSR / dezvoltare durabilă în viitorul apropiat? (o singură variantă de răspuns)

■ Improbabil ■ Destul de probabil ■ Probabil ■ Putin probabil ■ Foarte probabil



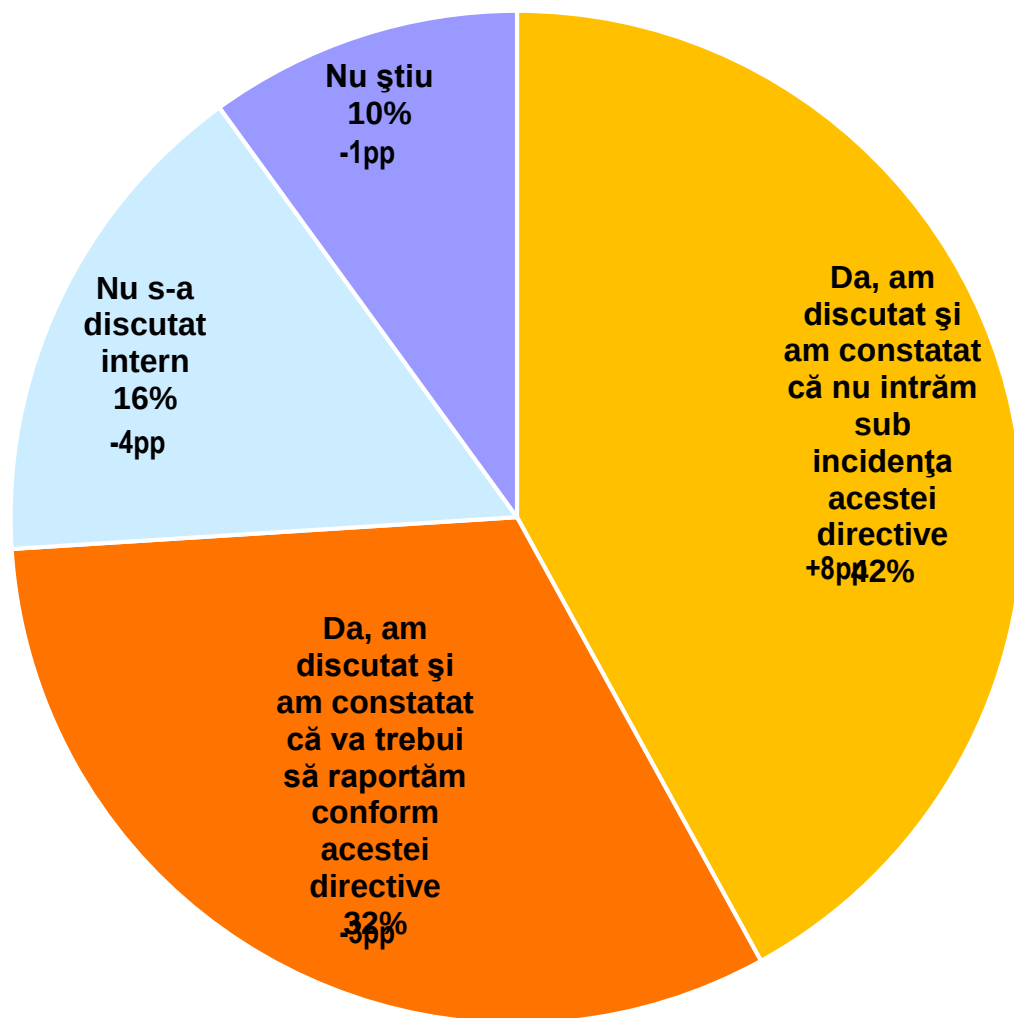


Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

Care ar fi beneficiile pe care le-ați putea obține ca urmare a elaborării unui raport de CSR?
(mai multe variante de răspuns)

65% dintre companiile respondente spun că principalul beneficiu constă în faptul că firma ar demonstra că are practici și o strategie de dezvoltare durabilă.

Toate beneficiile, în afară de cel dat de faptul că firma ar demonstra că are practici și o strategie de dezvoltare durabilă, înregistrează scăderi în anul 2018 față de 2017. Cea mai mare scădere (-15pp) este la beneficiul că procesele interne de management al sustenabilității vor fi îmbunătățite.

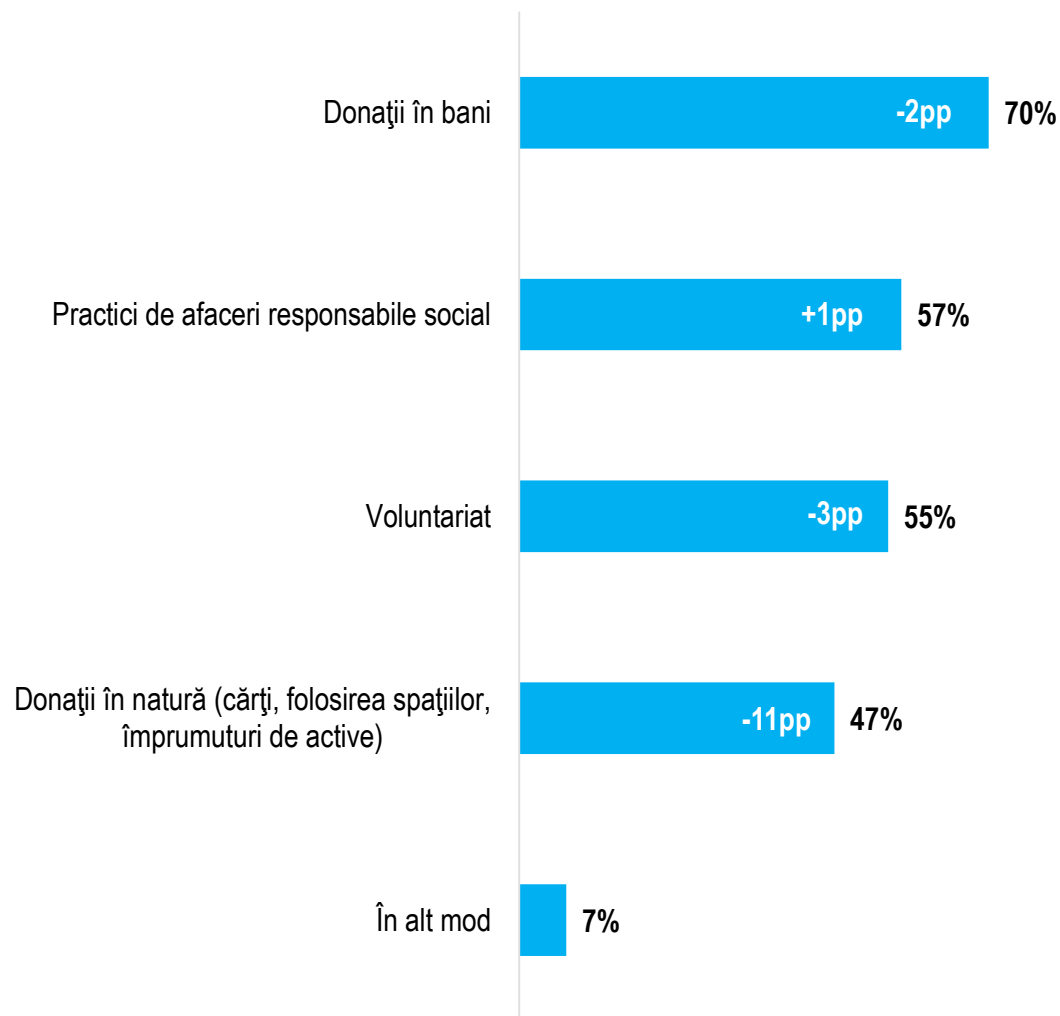


Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

S-a discutat intern, în firmă, despre directiva europeană 2014/95/EU privind raportarea non-financiară? (o singură variantă de răspuns)

42% dintre respondenți, față de 34% anul trecut, spun că au discutat intern cu persoanele avizate despre impactul directivei europene 2014/95/EU și au constatat că nu va fi necesar să raporteze conform acestei directive.

Cercetarea de anul acesta relevă faptul că a scăzut de la 20% la 16% procentul companiilor care nu au discutat intern despre directiva europeană 2014/95/EU. În același timp scad de la 35% la 32% și procentele firmelor care, după ce au discutat intern, au constatat că va trebui să raporteze conform acestei directive.



Total respondenți: 107
(Au omis întrebarea: 0)

În ce mod oferă compania dumneavoastră ajutor comunității?

(mai multe variante de răspuns)

70% dintre companiile respondente la această ediție, față de **72%** anterior, au ajutat comunitatea prin donații în bani, iar **47% vs. 58%** au făcut donații în natură.

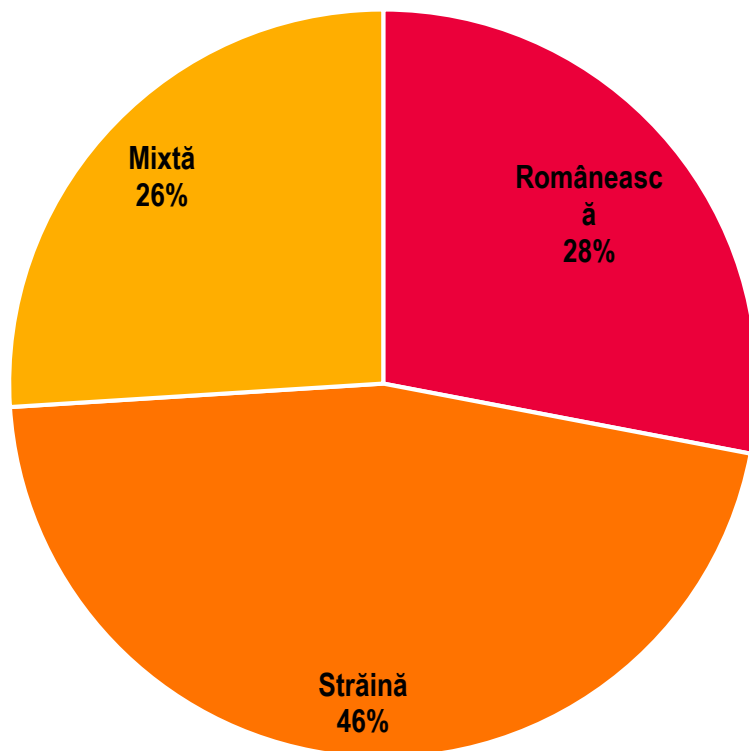
Companiile care oferă ajutor comunității, având practici de afaceri responsabile social, au singura creștere de +1pp în 2018. În 2018, scad cu -11pp donațiile în natură și cu -3pp companiile care oferă ajutor comunității prin voluntariat.



DATE DEMOGRAFICE

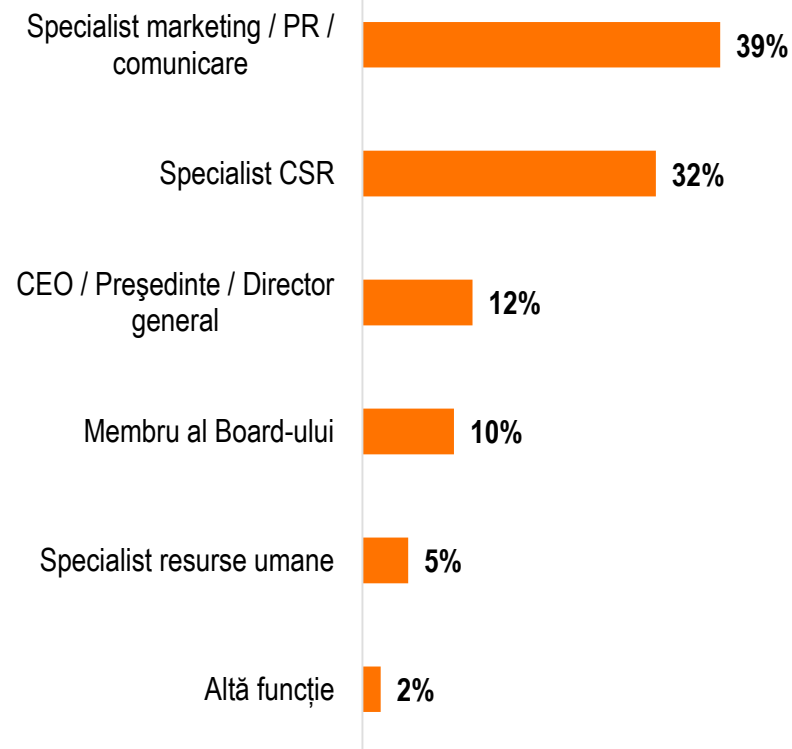
Date demografice

Tipul companiei (după natura capitalului)



Răspunsuri: 107
Au omis întrebarea: 0

Funcția respondentului



Răspunsuri: 107
Au omis întrebarea: 0

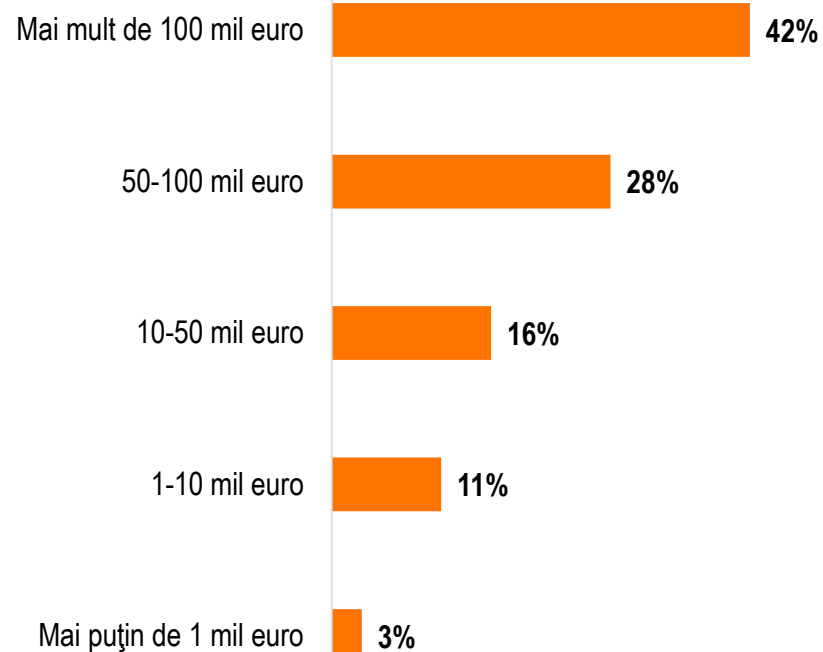
Date demografice

Industrie/sector



Răspunsuri: 107
Au omis întrebarea: 0

Cifra de afaceri (2017)



Răspunsuri: 107
Au omis întrebarea: 0



CONCLUZIILE AUTORILOR

Concluziile autorilor



Constantin Măgdalina

Expert Tendințe și Tehnologii
Emergente
costin.magdalina@gmail.com

Cea de-a șasea 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

Studiul **Dinamica și perspectiva domeniului de CSR** arată evoluția culturii de business autohtone. Studiul este un reper pentru acest domeniu în România și 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 procesul de măsurare a impactului în comunitate a devenit unul de management al riscurilor.



Lăcrămioara Botezatu

Project Manager
CSRMedia.ro
lacramioara@csrmedia.ro

Rezultatele studiului **Dinamica și perspectiva domeniului de CSR** ne oferă o perspectivă de ansamblu asupra domeniului CSR din ultimii 5 ani în România, fiind un instrument util atunci când se elaborează o strategie. Fiind deja la a șasea ediție, punem la dispoziție informații comparative, care ne arată dinamica responsabilității sociale din ultimii ani și mai ales tendințele. Observăm o integrare tot mai mare a acțiunilor de CSR în afacerile companiilor și o preocupare evidentă a top managementului privind sustenabilitatea operațiunilor.



DATE DE CONTACT

Date de contact și mulțumiri



Constantin Măgdălina

Expert Tendințe și Tehnologii
Emergente

costin.magdalina@gmail.com



Elena Badea

Managing Partner
Valoria Business Solutions
elena.badea@valoria.ro



Lăcrămioara Botezatu

Project Manager
CSRMedia.ro
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 studiul 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.

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.

CSRmedia
www.csrmedia.ro



VĂ MULȚUMIM!



CSRMEDIA.RO

Lăcrămioara Botezatu, Project Manager

Mobile: 0721 886 378

Email: lacramioara.botezatu@csrmedia.ro

Web: www.CSRMedia.ro



Valoria Business Solutions

Elena Badea, Managing Partner

Mobile: 0726 13 99 02

Email: elena.badea@valoria.ro

Web: www.valoria.ro