

# ANTREPRENORIATUL SOCIAL ESTE O SOLUȚIE PE TERMEN LUNG

INTERVIU CU DOAMNA MONA NICOLICI,  
MANAGER RELAȚII COMUNITARE ÎN CADRUL PETROM

Dorian Ilie<sup>[1]</sup>

## Rezumat

Acest interviu a fost realizat cu doamna Mona Nicolici, Manager Relații Comunitare în cadrul Petrom. Am discutat cu doamna Nicolici despre competiția de afaceri sociale *Fabricat în Țara lui Andrei*, concurs lansat la începutul acestui an, despre proiectul Țara lui Andrei din care face parte această competiție, despre programul de responsabilitate socială corporatistă al Petrom și despre planurile de viitor ale companiei din acest punct de vedere.

**Cuvinte cheie:** *Petrom, afaceri sociale, Fabricat în Țara lui Andrei, responsabilitate socială corporatistă.*

**Mona Nicolici, Petrom:** *Antreprenoriatul social este o soluție pe termen lung, nu doar pentru că rezolvă problemele sociale ale comunităților, ci pentru că le ajută să se susțină singure pe viitor*

Petrom este una dintre cele mai active companii din România din punct de vedere al implicării sociale, aceasta susținând de peste șase ani proiecte sociale și de mediu, educație și sănătate, urmărind în primul rând dezvoltarea pe termen lung a comunităților. La începutul acestui an (2012?), Petrom a lansat *Fabricat în Țara lui Andrei*, cea mai mare competiție de afaceri sociale din România, oferind o finanțare cu o valoare totală de 350.000 de euro proiectelor câștigătoare. Despre această inițiativă, despre antreprenoriat social și responsabilitate socială corporatistă, dar și despre planurile de viitor ale companiei, am discutat cu Mona Nicolici, Manager Relații Comunitare în cadrul Petrom.

---

<sup>[1]</sup> Asistent Comunicare și Relații Publice, Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare România, tel. 0757 049 112, e-mail: dorian.ilie@undp.org

## **1. Afacerile sociale și antreprenoriatul social reprezintă subiecte din ce în ce mai prezente pe agenda publică. De ce ați ales să vă implicați în acest domeniu?**

Am ales să încurajăm dezvoltarea afacerilor sociale întrucât ele reprezintă atât un model de business, cât și un mod sustenabil de a transforma probleme sociale în oportunități de afaceri. Am avut ocazia de a întâlni antreprenori sociali și am văzut ce înseamnă și cum arată schimbarea adevărată. Asta ne-a dat convingerea că pentru a avea cu adevărat un impact pe termen lung în comunitățile defavorizate, antreprenoriatul social este o cale de urmat.

Antreprenoriatul social este o soluție pe termen lung, nu doar pentru că rezolvă problemele sociale ale comunităților, dar le ajută să se susțină singure pe viitor.

## **2. Care este scopul proiectului Fabricat în Țara lui Andrei?**

Ne dorim ca *Fabricat în Țara lui Andrei* să creeze locuri de muncă în comunitățile vizate, rezolvând totodată o parte dintre problemele sociale cu care acestea se confruntă. De asemenea, vrem ca toți românii, nu doar concurenții sau câștigătorii competiției, să învețe mai multe despre antreprenoriatul social și să-și asume acest tip de gândire. La finalul proiectului, vrem să avem afaceri Fabricate în Țara lui Andrei, vrem să avem povești de succes și modele de urmat de cât mai multi români entuziaști, dornici să schimbe în bine lumea în care trăiesc, atât pentru ei, cât și pentru cei din jur!

## **3. Cine s-a înscris în competiție și în ce zone ale României vor fi demarate proiectele de afaceri sociale?**

Competiția a fost deschisă atât antreprenorilor (persoane fizice), cât și ONG-urilor, PFA-urilor, SRL-urilor și întreprinderilor individuale, cât timp propun o idee de afacere socială pentru una dintre cele 28 de comunități selectate. În total, peste 500 de idei de afaceri sociale au fost

înscrise în competiție de români gata de muncă pentru a construi comunități mai puternice.

Acestea sunt: Merișani, Băbana (județul Argeș); Zemeș, Moinești, Comănești (județul Bacău); Suplacu de Barcău, Abrămuț (județul Bihor); Corbu (județul Constanța); Moreni, Gura Ocniței, Mănești, Șelaru (județul Dâmbovița); Independența, Schela (județul Galați); Clejani, Ghimpați, Bucșani (județul Giurgiu); Bustuchin, Hurezani (județul Gorj); Icoana (județul Olt); Băicoi, Boldești-Scăeni, Telega (județul Prahova); Marca (județul Sălaj); Siliștea, Poeni (județul Teleorman); Gușoeni (județul Vâlcea); Burcioaia (județul Vrancea).

Partenerii noștri de la Fundația NESsT vor lucra cu fiecare antreprenor în parte, pentru a oferi sprijin individualizat, în funcție de nevoie și de stadiul de dezvoltare al ideii sau afacerii.

Am luat decizia de a ne deplasa în cele mai mari orașe din vecinătatea comunităților pentru care se pot propune proiecte. Timp de două săptămâni ne-am întâlnit cu cei interesați de afacerile sociale în cinci dintre cele mai importante orașe din țară - Craiova, București, Constanța, Bacău și Oradea. Scopul acestor întâlniri a fost de a-i informa în detaliu și a-i încuraja pe cât mai mulți dintre cei deschiși spre zona antreprenoriatului social să se înscrie în competiție.

#### **4. Cum veți evalua performanțele programului de finanțare?**

După primul an de derulare a programului, ne propunem să avem zece afaceri sociale solide, pregătite să schimbe comunitățile vizate. Vrem să știm că am făcut tot posibilul, că am investit toate resursele disponibile în acele planuri de afaceri și în acei oameni, astfel încât să putem vedea rezultate palpabile. Asta nu înseamnă că restul ideilor primite vor fi ignorate, din contră, vom încerca să le susținem și să le redirectionăm către alți potențiali finanțatori.

La finalul programului, ne dorim să numărăm locuri de muncă! Ne dorim ca toate afacerile finanțate să aibă un impact real în comunități și să crească nivelul de trai și condițiile de viață ale locuitorilor, să reducă numărul celor asistați social, transformându-i în actori activi pe piața muncii.

## **5. Ce este, de fapt, Țara lui Andrei? Cine este Andrei și cum arată el?**

Andrei este fiecare dintre noi, indiferent de vârstă, sex sau religie. Andrei este un cel care, împreună cu oamenii din jurul lui, încearcă să creeze o țară mai bună în fiecare zi. Prin ideile și comportamentul lui, Andrei inspiră oamenii cu care intră în contact, îi motivează să se implice în construirea unui viitor mai bun. De ce Andrei? Pentru că este unul dintre cele mai cunoscute nume din România și pentru că, fiecare dintre noi găsește în preajma lui un Andrei sau o Andreea pentru care merită să lupte.

În același timp, Sfântul Andrei este Apostolul care i-a creștinat pe români și protectorul României. Am considerat că acestea sunt motive importante pentru fiecare cetățean din această țară pentru a vedea în Andrei un simbol în care să creadă cu tarie, Andrei fiind un nume de copil care reflectă respectul pentru viitor. Când am gândit campania de responsabilitate socială corporativă am dorit să arătăm respect pentru ceea ce vine. Ne-am dorit și ne-am luat angajamentul ca, prin acțiunile noastre de azi, să asigurăm un viitor mai bun generației viitoare - a copiilor Andrei.

Țara lui Andrei este o mare comunitate orientată către soluții. O comunitate a celor care nu se dau înapoi de la a lupta pentru a-și transforma inițiativele în realitate. O comunitate care reunește oamenii cu spirit întreprinzător și motivează comunitățile din România să acționeze pentru a-și schimba viața. Țara lui Andrei își propune să transforme în realitate proiectele care folosesc în mod ingenios resursele de care dispun comunitățile pentru a produce valoare sustenabilă pentru acestea.

## **6. Proiectul Țara lui Andrei există de mai bine de trei ani. Ce și-a propus acest proiect la început și unde se află el acum?**

Acum ceva mai mult de trei ani am pornit la drum cu entuziasm, o mână de oameni încrezători că merită să luptăm ca să construim un spațiu în care curajul și responsabilitatea iau locul neimplicării, că

putem să construim o țară în care fiecare dintre noi, prin gesturi mici sau proiecte mari avem puterea de a construi viitorul în care ne dorim să trăim.

De tot atâta vreme, Țara lui Andrei e locul unde se nasc, cresc și prind viață proiecte frumoase, relevante pentru România. Am reușit să aducem alături de noi peste 200.000 de oameni ale căror eforturi susținute s-au transformat în schimbări vizibile în comunități:

- 150.000 de copaci plantați în mai multe comunități din țară.
- peste 4.000 de voluntari care s-au alăturat Petromului în proiectele care transformă comunități, din 2009 până în prezent;
- peste 1.600 de proiecte, inițiate de oameni de toate vârstele care vor îmbunătăți viața comunității căreia îi aparțin, înscrise în competițiile Orașul Tău, Orașul Petrom și Școala lui Andrei;
- peste 90 de idei de schimbare a comunității finanțate de Petrom cu peste 480.000 EUR în cadrul aceluiași competiții;
- peste 25.000 de elevi și peste 1.750 de profesori au înscris proiecte pentru a aduce o schimbare pozitivă în comunitățile lor în cadrul competiției Școala lui Andrei;
- peste 2.300 de copii care au participat la Tabăra din Țara lui Andrei.

## **7. Cum măsurați impactul acțiunilor pe care le întreprindeți?**

Fiecare proiect al Țării lui Andrei este gândit pentru a aduce o schimbare reală, pe termen lung, în cadrul comunităților locale, dar și la nivel național. În funcție de domeniul pe care îl abordăm stabilim obiective precise și măsurabile, pe care le trecem în revistă în perioadele de evaluare.

Gândim impactul acțiunilor noastre în termeni de:

- **schimbări sociale în comunități**, precum sunt oportunitățile pentru crearea locurilor de muncă. La finalul celor 3 ani de selecție, finanțare și sprijinire a câștigătorilor din cadrul competiției Fabricat în Țara lui Andrei, ne propunem să avem 10 afaceri sociale puternice, independente, care să ofere locuri de muncă, oportunități și piețe de afaceri, crescând nivelul de trai din zonă. În momentul de față, suntem

în plin proces de evaluare al celor peste 500 de idei de afaceri sociale înscrise în competiție de români gata de muncă pentru a construi comunități mai puternice. Entuziasmul și numărul mare de oameni cu spirit de inițiativă care ni s-au alăturat în adoptarea afacerilor sociale ca soluție pentru dezvoltarea pe termen lung a comunităților ne-a impresionat și ne-a responsabilizat. Datorită lor, suntem siguri ca inițiativa noastră va avea un impact considerabil în cele 28 de comunități selectate;

- **creșterea nivelului educațional**- prin intermediul educației informale, Școala lui Andrei a oferit unui număr de peste 25.000 de elevi și peste 1.750 de profesori oportunitatea de a gândi și transforma în realitate proiecte pentru a aduce o schimbare pozitivă în comunitățile în care locuiesc;

- **sustenabilitate** - cele peste 1.600 de proiecte înscrise în competițiile Orașul Tău, Orașul Petrom, Școala lui Andrei, dar și afacerile sociale Fabricate în Țara lui Andrei, inițiate de cetățeni pentru a îmbunătăți viața comunității căreia îi aparțin, au o componentă puternică de dezvoltare durabilă. Urmărim ca sprijinul nostru în aceste proiecte să fie susținut în timp de inițiatori și de autorități, astfel încât rezultatele lor să se vadă pe termen lung.

## **8. De-a lungul timpului v-ați implicat în proiecte de mediu, de educație, de sănătate, așadar o paletă largă de domenii. Care este strategia de responsabilitate socială a companiei Petrom? Cum alegeți proiectele în care investiți?**

Acum șase ani când am pornit pe drumul responsabilității sociale, am identificat ariile-cheie în care România are nevoie de sprijin. Mediul, educația și sănătatea s-au evidențiat ca zonele care au cea mai mare nevoie de contribuția Petrom. Pe lângă aceasta, însuși domeniul în care activăm, cel al energiei, ne-a determinat să ne concentrăm eforturile în patru direcții:

A. Mediu – activități de plantare în comunitățile din țară, cu accent pe protejarea comunităților în fața condițiilor meteo extreme – zăpezi masive, alunecări de teren, dar și activități de educare a angajaților și a

comunităților în care activăm privind protecția mediului și folosirea responsabilă a resurselor naturale ;

B. Dezvoltare comunitară – sprijinirea și finanțarea inițiativelor care rezolvă o problemă sau răspund la o nevoie importantă a comunităților;

C. Educație – activități de educație nonformală și dezvoltare personală, care contribuie la dezvoltarea spiritului de inițiativă al cetățenilor Țării lui Andrei, sprijinirea educației în comunitățile în care activăm, asigurarea unor condiții decente de educație a copiilor și profesorilor, dar și sprijinirea performanței elevilor și studenților din România;

D. Sănătate – peste jumătate din populația României se bucură de acces la servicii medicale de urgență prin rețeaua de telemedicină la care Petrom și-a adus contribuția în programul „Acces la Viață”. De asemenea, am adus în fața publicului român poveștile de succes a peste 1.600 de medici din țară în cadrul campaniei „Doctore, esti un erou!”

Acțiunile noastre vizează în primul rând angajații Petrom, fără de care această schimbare de atitudine n-ar avea loc. Dar parteneriatul nostru se îndreaptă și către toți cei cu care interacționăm în fiecare zi: clienți, acționari, investitori, media, parteneri de afaceri, autorități, organizații neguvernamentale, comunități locale. În cele din urmă, viitorul ne privește pe toți, de aceea suntem datori să îl respectăm.

Începând cu luna noiembrie 2012, toate demersurile de responsabilitate socială ale companiei Petrom sunt integrate sub platforma Țara lui Andrei, care își propune să promoveze și să susțină viziunea antreprenorială prin noile proiecte pe care le-am demarat anul acesta.

Țara lui Andrei îi susține pe cei care știu, pot și vor să-i inspire pe cei de lângă ei, pe toți cei care vor să își construiască singuri viitorul și să creeze, împreună, o țară mai bună în fiecare zi. Țara lui Andrei crede în oameni și în puterea celor ambițioși, care reușesc să crească prin forțe proprii, și în puterea celor care știu să îi ghideze și să îi inspire.

Mai mult, de la începutul anului 2013, Petrom a atins un nou nivel al angajamentului pe care și l-a luat în această direcție, prin implicarea într-un proiect de proporții în domeniul antreprenoriatului social - *Fabricat în Țara lui Andrei*. Pentru că, în calitatea noastră de lideri, nu promovăm doar performanța, dar ne dorim să-i inspirăm și pe ceilalți români să ducă acest demers mai departe. Astfel, comunitățile vor deveni puternice și independente, se vor putea dezvolta într-un mod sustenabil.

## **9. Ce înseamnă pentru Petrom conceptul de responsabilitate socială?**

În viziunea Petrom, „responsabilitatea socială” înseamnă mult mai mult decât o serie de măsuri sporadice, disparate. Este un angajament pe termen lung, un efort comun, atât din partea companiei, a angajaților Petrom, cât și din partea partenerilor noștri.

Pentru noi, responsabilitatea corporatistă a însemnat, încă de la început, o atitudine etică de business, dar și un comportament responsabil al angajaților noștri. Am știut că e un drum lung și că schimbarea nu va veni peste noapte, dar atâta vreme cât implicarea managementului a fost constantă în acești ani, rezultatele au și început să apară.

De-a lungul anilor, am construit parcuri, am reclădit școli, am oferit educație de calitate, am reîmpădurit, am sprijinit societatea civilă, am investit în oameni, am adus voluntariatul din România la rang de cinste. Dar mai mult decât atât, am câștigat încrederea românilor că suntem o companie implicată, căreia îi pasă de oameni și care își ține promisiunile. Cultura noastră organizațională s-a schimbat mult în bine o dată cu dezvoltarea proiectelor noastre, iar managementul companiei a continuat să sprijine această activitate și strategie.

## **10. Unele companii încă privesc cu neîncredere implicarea socială, iar atunci când se decid să o facă abordează responsabilitatea socială din perspectiva unui exercițiu de imagine, mai mult. Ce le-ați recomanda acestor organizații?**

Comaniilor care încă rămân neîncrezătoare în responsabilitatea socială corporatistă (CSR), le recomand să gândească dincolo de filantropie, dincolo de “să facem bine” și mai ales, dincolo de spălarea de imagine. CSR-ul nu este nimic din toate acestea, ci este o funcție de business care vizează dezvoltarea sănătoasă a unei companii, a partenerilor acesteia și a comunităților în care respectivul business activează. E drept că, în același timp, este un demers care, dacă este realizat așa cum trebuie și în mod constant, își arată beneficiile în timp și nu rapid,

precum o campanie de relatii publice (PR) sau de imagine. Ceea ce înseamnă că, odată asumată, responsabilitatea socială trebuie demonstrată pe termen lung. Altfel, rezultatele obținute se vor pierde rapid.

Ca să faci CSR nu trebuie neapărat să aloți bugete uriașe. Depinde de mărimea business-ului, de riscul pe care-l implică acesta. Dar înseamnă, în primul rând, asumarea în mod onest și public a acestui angajament și analiza nevoilor pe care le are compania în relația cu stakeholderii săi. Apoi, poți să-ți faci propria politică în acest domeniu și să o pui în practică.

Cred că, în curând, nicio companie nu va mai putea face abstracție de acest domeniu, așa că, dincolo de alocarea unor bugete, cred că ar trebui să înceapă să gândească în acești termeni și să găsească soluții mai eficiente și mai strategice, care vor ajuta la dezvoltarea pe termen lung a afacerii lor.

## **11. Care sunt planurile de viitor ale Petrom în ceea ce privește responsabilitatea socială?**

Sub deviza „Țara lui Andrei – o țară mai bună în fiecare zi”, Petrom își propune să promoveze și să susțină spiritul antreprenorial prin proiectele pe care le desfășoară în momentul de față și pe care le va continua în viitor.

Țara lui Andrei va continua proiectele de implicare în comunitate pe cele trei direcții principale: mediu, educație și dezvoltarea comunității.

- Mediu: plantările din Țara lui Andrei vor pune accent pe protejarea comunităților în fața condițiilor meteo extreme – zăpezi masive, alunecări de teren, dar și implicarea oamenilor din comunități în menținerea plantărilor;

- Dezvoltare comunitară: prin intermediul a două concursuri de proiecte („Fabricat în Țara lui Andrei” și „Orașul tău”), Petrom va susține soluțiile pentru comunități construite pe criterii de sustenabilitate și care generează valoare pe termen lung, din punct de vedere economic și social;

- Educație: Școala și Tabăra din Țara lui Andrei vor pune accent pe dezvoltarea spiritului antreprenorial al elevilor și profesorilor și vor

stimula implicarea eco-civică a acestora pentru dezvoltarea comunităților din România.

Vom încuraja atât inițiativele individuale, cât și pe cele ale organizațiilor care creează valoare economică pentru comunități, dar care se adresează și problemelor sociale. Credem cu tărie că prin încurajarea spiritului antreprenorial integrat cu o abordare comunitară, vom reuși cu adevărat să facem din România o țară mai bună în fiecare zi.