



ASOCIAȚIA PENTRU
RELAȚII COMUNITARE

RAPORT ANUAL

IUNIE 2013 – MAI 2014



DONAȚIE.RO

unde binele
capătă forță

Sumar

3. Editorial

4. Cum funcționează platforma

5. Donator informat

6. Rezultate generale

8. Hospice Casa Speranței

Creăm amintiri, prețuim clipa!

9. Asociația Sf. Onufrie

Toți copiii au nevoie de iubire

AACAR Horia Moșoi

Terapie și terapeuți pentru copiii cu autism

10. Asociația M.A.M.E.

Centrul Steluțelor

11. HIFA

Înființarea parcului HIFA

12. Fundația Sf. Irina

Clinica Nera

13. Graffiti Social Work

Pentru tine doar o monedă, pentru ei un viitor

14. Asociația Sf. Sava

Donează un pat pentru un orfan

Asociația Inima Copiilor

Cardiologie la Marie Curie

15. Salvați Copiii

Bun venit pe lume

UNICEF România

Niciun copil invizibil

16. Asociația Dăruiește Viață

Viața începe azi!

17. Învingem autismul

Schimbă viitorul unui copil cu autism

18. Donații prin SMS pentru adulții bolnavi

19. Toată lumea pentru Odette

20. Fericirile unui facer

21. Fundația Iosif

Copii în dificultate

22. Habitat for Humanity Cluj

Locuințe pentru familii vulnerabile

23. Asociația Preventis Cluj

Educație și prevenire anti-drog la copii și tineri

24. WWF România

Ambasadorii Panda

25. Fundația Missio Link International Timișoara

Salvează copilăria

26. Sumarul campaniilor SMS

27. Mulțumiri

Doi ani de donație.ro: Sub semnul recurenței

În cel de-al doilea an de existență, platforma DONAȚIE.RO a ajutat la crearea unor relații pe termen lung între donatori și cauze. Prin SMS-uri recurente sau prin donații bancare lunare prin Debit Direct, DONAȚIE.RO le-a dat posibilitatea românilor să ajute constant și organizațiilor și cauzelor să facă primii pași spre sustenabilitate cu sprijinul comunităților pe care le deserveșc.



**Camelia
Mateș**
Coordonator
program
mecanisme
donații

Bilanțul celui de al doilea an de funcționare a platformei DONAȚIE.RO- *Unde binele capătă forță* este, fără îndoială, puternic marcat de creșterea numărului de români care au decis să fie în mod constant alături de organizația pe care o sprijină. Datorită mecanismelor de donație create împreună cu partenerii noștri, peste 13.000 de oameni au donat lună de lună pentru cauza pe care au ales-o.

3.000 de donatori au decis, până în mai 2014, să acorde încredere organizațiilor care le-au cerut o donație lunară și să doneze direct din contul bancar, o sumă medie de 19 lei. În acest raport, puteți vedea rezultate ale primelor campanii de donații prin debit direct din România.

Alți aproximativ 10.000 de donatori au experimentat donațiile lună de lună prin SMS, donând constant 2 euro. Campania-test de donații recurente ne dă posibilitatea ca în cel de al treilea an să extindem și această modalitate de a dona și să investim efort în construirea relației organizațiilor cu donatorii constanți.

Al doilea an de funcționare a platformei DONAȚIE.RO a însemnat bucuria de a putea oferi celor peste 40 de organizații beneficiare nu numai mecanisme de colectare a donațiilor, ci și îndrumare și expertiză în domeniu.

Ne așteptăm ca impactul platformei să crească exponențial în anii care urmează și avem încredere că organizațiile cu care lucrăm vor scrie istoria atragerii de fonduri de la indivizi în România. Noi le vom fi alături, pregătiți să inovăm împreună.



Fact: Valoarea standard a unei donații prin SMS este de 2 euro, iar costurile pentru organizație sunt de 0,1225 euro + TVA/SMS, la care se adaugă 250 euro/campanie.

Cum funcționează platforma DONAȚIE.RO

DONAȚIE.RO este un program deschis organizațiilor neguvernamentale care doresc să facă o campanie de strângere de fonduri prin SMS și Debit Direct. Platforma lucrează cu trei companii de telefonie mobilă (Orange România, Telekom Romania Mobile și Vodafone România) și cu șase bănci (BCR, BRD, BT, ING, Raiffeisen, UniCredit) pentru a oferi românilor posibilitatea să doneze simplu și cu impact.

Pentru a fi eligibile, campaniile trebuie să vizeze o cauză civică sau socială, să aibă activități clare și obiective cuantificabile și să se promoveze cu un plan media care le asigură vizibilitate. Îndeplinirea acestor criterii este importantă pentru că numărul de SMS-uri este limitat și cei care vor să beneficieze de ele trebuie să demonstreze că au capacitatea să le folosească eficient. Valoarea standard a unei donații este de 2 euro, iar costurile pentru organizație sunt de 0,1225 euro + TVA/SMS, la care se adaugă 250 euro/campanie.

Organizația își creează cont pe www.donatie.ro, ARC validează crearea contului, după care organizația poate completa aplicația propriu-zisă. Proce-sul de aplicare nu este unul închis, ci presupune colaborarea cu organizația, astfel încât propunerea

să ajungă la forma care îi va da organizației cele mai mari șanse să aibă o campanie de succes. După ce se ajunge la forma finală a aplicației, proiectele eligibile sunt trimise către juriu, din care fac parte cele trei mari companii de telefonie mobilă din România și un reprezentant al ARC. În cel mult trei săptămâni, organizația primește un răspuns privind acceptarea sau neacceptarea proiectului pentru atragerea de donații prin SMS. Acordarea numărului se face pe o perioadă limitată, în jur de trei luni, care trebuie să coincidă cu eforturile de mediatizare.

Odată acceptul primit, se desfășoară campania propriu-zisă, iar organizația poate urmări în timp real, pe www.donatie.ro, evoluția numărului de donații. Aceste informații sunt disponibile și pentru donatori, care pot afla câți bani s-au donat și se pot

Întoarce pe website ca să afle ce s-a realizat cu banii donați de ei. Pentru organizații, acest lucru înseamnă că vor trebui să ofere informații despre stadiul în care se află proiectul cel puțin o dată la șase luni.

Banii atrași din donații sunt virăți către organizații după facturarea, respectiv după colectarea lor de la clienții operatorilor de telefonie mobilă. Prima tranșă, nu mai mică de 70%, le este virată organizațiilor la două luni după încheierea campaniei, iar restul, de cel mult 30%, la colectarea de la clienți.

În cazul donațiilor prin debit direct, organizațiile intră în contact direct cu donatorii lor, le solicită o donație constantă, care le va fi debitată în fiecare lună din contul bancar, fără să mai fie nevoie de vreun efort din partea donatorului și din partea organizației.

Pentru a avea acces la acest instrument de colectare a donațiilor de la numere mari de oameni, în mod constant, organizațiile trebuie să își creeze cont pe platforma DONATIE.RO și să scrie aplicația. În cazul donațiilor prin debit direct, înainte de a începe colaborarea, organizația și reprezentanții platformei se întâlnesc, discută și ajung la un plan de campanie care să maximizeze șansele de reușită ale campaniei.

Relația donatorului este exclusiv cu organizația, care are obligația de a informa ce se întâmplă cu banii donați și să răspundă la întrebările donatorilor. ARC are rolul de a administra întregul sistem de donații prin debit direct, de a îmbunătăți mecanismul, de a debita lunar conturile donatorilor și de a face transferul banilor dinspre donatori spre organizație.

Organizațiile trimit către platformă un raport al utilizării banilor, iar acesta este publicat anual.

Ce înseamnă un donator informat?

Dacă vrei să donezi bani unei cauze care te pasionează, învață să alegi o organizație de încredere, care tratează cu respect contribuția ta și o folosește în scopul indicat de tine;

- verifică site-ul organizației și asigură-te că are un raport anual de activitate și audit financiar curent;
- participă la un eveniment organizat și urmărește cum relaționează cu oamenii din comunitate;
- cere-le prietenilor și oamenilor în care ai încredere referințe despre organizație și membrii ei;
- înscrie-te ca să primești newsletterul organizației și vezi cât de preocupați sunt să transmită comunității ce fac;
- stabilește o întâlnire cu persoana care se ocupă de donatori (poate fi fundraiser, PR, coordonator de programe sau chiar directorul organizației) și pune întrebările importante care să-ți clarifice nelămuririle;
- vizitează, dacă ai posibilitatea și dacă e potrivit în context, un proiect al organizației pentru a cunoaște beneficiarii direcți și a vedea impactul ONG-ului. Dacă organizația se ocupă de grupuri vulnerabile (copii, victime ale traficului de persoane, ale violenței, persoane cu dizabilități sau boli mintale, refugiați etc.) respectă restricțiile stabilite de organizație pentru a-i proteja pe beneficiari.

Cum comunică cu ONG-ul ales

- fă schimb de date de contact cu reprezentatul organizației și ia legătura prin email sau telefon dacă ai vreo nelămurire privind donația sau activitatea organizației sau dacă vrei să te implicii mai mult;
- citește newsletterul pe care ți-l trimite;
- urmărește-le pagina de Facebook (și în alte rețele sociale, dacă e cazul).

Ce așteptări să ai

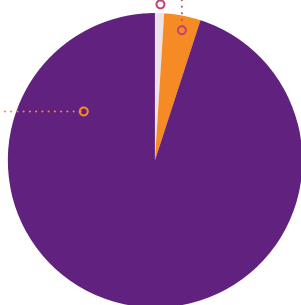
- să primești un email de confirmare / mulțumire că suma pe care ai donat-o a fost primită;
- să fii informat prompt în cazul în care organizația nu mai desfășoară activitatea pe care ai ales să o sprijini sau dacă s-a schimbat ceva relevant în modul în care oferă acel serviciu;
- să îți fie recunoscută public donația, dacă dorești;
- să fii informat periodic despre activitățile organizației pentru a ști ce s-a întâmplat cu donația ta;
- să îți se protejeze datele personale, conform legii;
- să fii invitat la evenimentele publice sau private ale organizației, dacă e relevant.

REZULTATE GENERALE

ANATOMIA UNUI SMS:

2 €

0,01* € + TVA
mesajul de
mulțumire
trimis
donatorului



0,1225* € + TVA
costuri de
operare
ale companiilor
de telefonie
mobilă și ale
integratorului
tehnic

1,8357 € + TVA
suma direcționată
direct cauzei

* Pentru cazuri individuale și dezaastre naturale nu se percepe nicio taxă de operare

3.000

MANDATE PRIN DEBIT DIRECT

29

DE CAMPANII SMS

19 lei/ lună

DONAȚIA MEDIE PRIN
DEBIT DIRECT

Cele mai multe SMS-uri de la același număr:

499

ASOCIAȚIA FILANTROPICĂ
SFÂNTUL ONUFRIE

Cele mai multe donații prin SMS, distribuite pe categorii de cauze:



utilarea spitalelor pentru copii:
Salvați Copiii
30.791



victime ale dezastrilor naturale:
Crucea Roșie Română
20.482



construirea/utilarea spitalelor:
Fundația Sfânta Irina
20.264



persoane cu dizabilități:
Asociația Învingem Autismul
19.549



cauze individuale:
Laura Cîmpian
11.581



copii defavorizați sau bolnavi:
Asociația M.A.M.E.
10.906



salvare de vieți:
Crucea Roșie Română
9.064

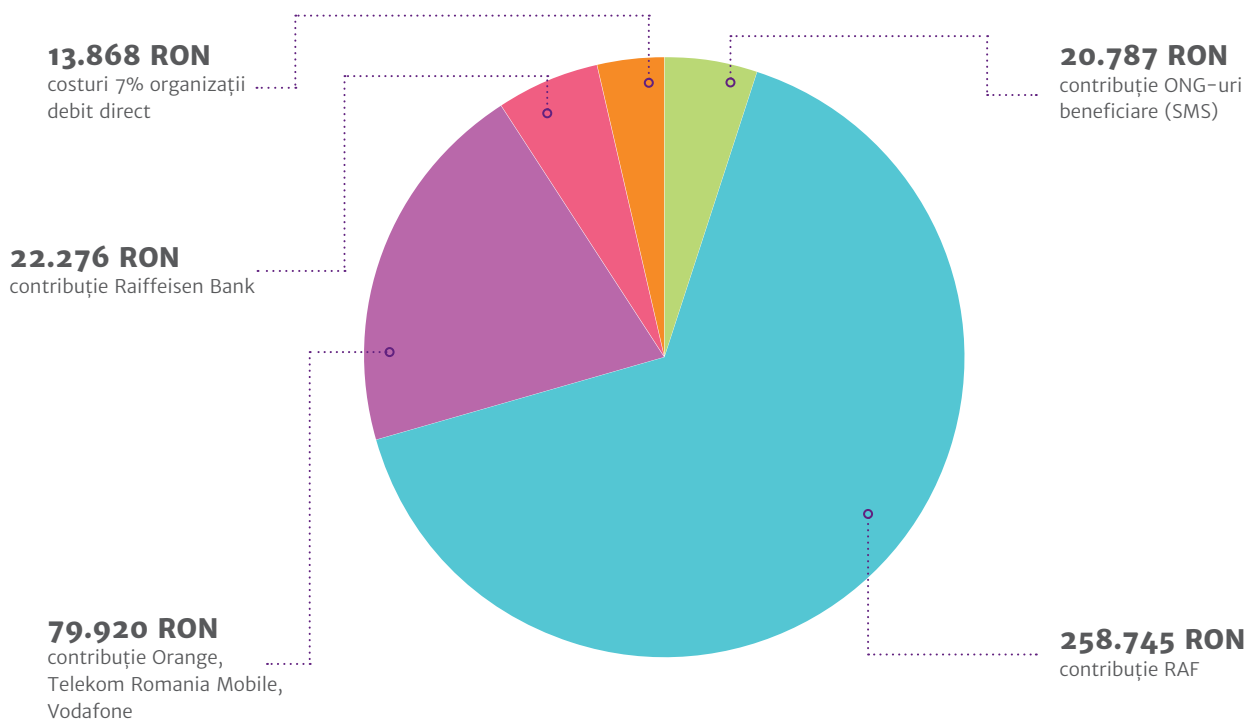
231.547 / 124.110

DE DONAȚII PRIN SMS

NUMERE DE TELEFON

COSTURILE DE ÎNTREȚINERE A PLATFORMEI

395.597 RON



HOSPICE CASA SPERANȚEI

Creăm amintiri, prețuim clipa!

Strângere de fonduri pentru deschiderea și funcționarea la București a unui hospice pentru persoanele cu boli terminale.

Campania a făcut parte dintr-un efort pe termen lung de a deschide un nou hospice în București, care a strâns în total 5,7 milioane de euro.

POVESTEA CAMPANIEI

Hospice a avut parteneriate media cu ProTV, TVR și câteva posturi locale de radio și TV. Mesajul campaniei a fost transmis prin reportaje și spoturi, atât radio cât și TV, și a pus accentul pe lipsa serviciilor de îngrijire pentru persoanele cu boli terminale și pentru vârstnicii singuri și a cerut ajutor pentru a le asigura demnitatea. Chiar dacă planul media nu a ieșit așa cum doreau - unul dintre partenerii media nu a difuzat materialele realizate - echipa a găsit alți parteneri și a continuat campania.

REZULTATE

Banii strânși înseamnă 71 de zile de îngrijire pentru cinci pacienți și 211 vizite de îngrijire la domiciliul pacienților. Hospice Casa Speranței



București s-a deschis în septembrie 2014 și pacienții și familiile lor beneficiază deja de serviciile pentru care au fost donați acești bani.

UN SFAT DE LA ECHIPĂ

Reportajele în prime-time sunt cele mai eficiente, cu un raport de peste 10 ori față de spoturi.

CIFRELE CAMPANIEI

SMS:

5.247

Suma în lei:

46.602

Cheltuieli în lei:

5.500

ASOCIAȚIA FILANTROPICĂ SF. ONUFRIE

Toți copiii au nevoie de iubire

Construirea a patru case pentru copii lipsiți de protecție în Florești, Cluj.

CIFRELE CAMPANIEI

SMS:

2.386

Suma în lei:

21.400

Buget în lei:

6.000

Campania a avut sprijinul comunității online ortodoxe și a strâns cele mai multe fonduri în urma articolelor de pe site-uri.

POVEȘTEA CAMPANIEI

Asociația are grijă de copiii care nu mai au parte de îngrijirea familiei și le oferă siguranță și educație. Pe lângă parteneriatele media tradiționale, campania a fost sprijinită și de elevi și studenți și de copiii găzduiți în case similare din județul Alba, care au dat un spectacol și au promovat numărul de donație.

REZULTATE

Cu suma strânsă, Asociația a reușit să pună ferestre termoizolante la primele două case. Mai mult de atât, campania a făcut cunoscută cauza în județul Cluj și astfel au primit țigla pentru cele două case de la un donator nou. Proiectul continuă, primele două case sunt aproape finalizate și în vara lui 2014 au început și construcția unui imobil multifuncțional.

ASOCIAȚIA PENTRU AJUTORAREA COPILOR CU AUTISM DIN ROMÂNIA HORIA MOȚOI

Colectarea de fonduri pentru copiii cu tulburări de spectru autist

Terapie și terapeuți pentru copiii cu autism

Campania a fost concepută probono de agenția de publicitate Saatchi & Saatchi.

POVEȘTEA CAMPANIEI

În martie 2013, ACCAR „Horia Moțoi” avea în terapie zilnică patru copii, sprijiniți de patru terapeuți acreditați ABA. Scopul campaniei a fost să strângă fonduri pentru a crește și numărul de copii, și pe cel de terapeuți. Au reamenajat sediul pentru ca fiecare copil să aibă un spațiu individual,

materiale, jucării, recompense și cel puțin doi terapeuți. Campanie, desfășurată pe TV, Facebook și pe site-ul asociației, le-a vorbit donatorilor despre cât de importantă este terapia pentru copiii cu autism.

REZULTATE

Alți cinci copii beneficiază de terapie zilnică la Centru, furnizată de 13 terapeuți acreditați.

CIFRELE CAMPANIEI

SMS:

45.357

Suma în lei:

408.000

ASOCIAȚIA M.A.M.E. Centrul Steluțelor

Deschiderea unui centru de recuperare pentru copii care au supraviețuit unor boli grave.

Campania a făcut parte dintr-un efort de fundraising intens, care a inclus și prevederile 2% și 20%, totul pentru a putea deschide Centrul Steluțelor.

POVESTEA CAMPANIEI

Pentru că în România nu exista vreun centru care să ofere copiilor bolnavi suport și recuperare în perioadele dintre spitalizări, după o intervenție chirurgicală majoră sau în perioada de convalescență după o boală gravă, Asociația M.A.M.E. a decis în 2013 să înființeze Centrul Steluțelor, unde să ofere gratuit servicii complementare tratamentului medical, atenție și îndrumare prin deșul sistemului medical românesc. Pentru a promova numărul scurt de SMS, au organizat o campanie media intensă și au organizat un bal caritabil, Balul Steluțelor (noiembrie 2013), și un eveniment sportiv, Kangoo Jumps pentru Viață (martie 2014).

Carmen, fetița mea de nouă ani, suferă de o boală care o face dependentă de mine din punct de vedere fizic, iar ea are tendința să se retragă, să se izoleze. Centrul Steluțelor este singurul loc în care se simte ca acasă, unde se joacă, vorbește, zâmbește. Este lumea care îi aduce bucurie și care îi arată că poveștile pot avea și final fericit.

—
Aurica Mușat

REZULTATE

Centrul a fost inaugurat în noiembrie 2014 și poate să ajute anual 100 de copii și familiile lor să își revină după convalescența unor boli grave precum cancerul. Aici primesc asistență psihologică, dar fac și o mulțime de activități recreative sau terapeutice.

CIFRELE CAMPANIEI

SMS:
10.906

Suma în lei:
98.000

Buget în euro:
500

ASOCIAȚIA HIFA

Înființarea parcului HIFA

Înființarea unui complex de servicii și tratament dedicat persoanelor cu dizabilități.

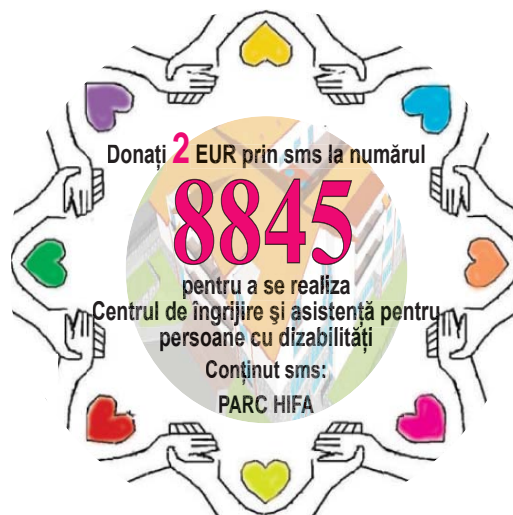
Campania este a doua dintr-un proces pe termen lung de strângere de fonduri pentru servicii dedicate persoanelor cu dizabilități.

POVESTEA CAMPANIEI

Parcul HIFA va fi un loc unde persoanele cu dizabilități ar avea parte de servicii de calitate, posibilități de lucru, viață sufletească și social-culturală, care ar da posibilitate celor care locuiesc aici să trăiască o viață independentă, în comunitate, muncind împreună cu alții și pentru alții. Strângerea de fonduri a început cu această campanie locală de SMS care, deși nu a avut expunere mare la TV, a atras sprijinul donatorilor prin faptul că organizația e cunoscută pentru serviciile sale, necesare comunității.

REZULTATE

Asociația a început deja demersurile legale pentru construcții. A obținut Certificatul de Urbanism și toate avizele solicitate: protecția mediului, canalizare, alimentare cu energie



electrică, gaze naturale, telefonizare, securitatea la incendiu, sănătatea populației. Apoi a început pregătirea terenului pentru construcție și construirea clădirii pentru instalații tehnice. Urmează să solicite fonduri europene pentru a începe și construcția.

CIFRELE CAMPANIEI

SMS:
5.500

Suma în lei:
49.500

Buget în lei:
7.000

FUNDAȚIA SF. IRINA

Clinica Nera

Construirea unui centru de recuperare pentru supraviețuitorii cancerului.

Fundația Sf. Irina a derulat această campanie pentru a strânge suma necesară completării unei finanțări europene de 1,2 milioane de euro.

POVESTEA CAMPANIEI

În România nu există niciun centru pentru tratarea complexă a bolnavilor oncologici, cu terapii complementare celor medicale, deși această disciplină este recunoscută ca fiind un factor în prelungirea și îmbunătățirea calității vieții. Fundația va deschide o astfel de clinică în județul Caraș Severin. Pentru a completa finanțarea europeană primită (adică restul de 30% din costurile clinicii), Fundația a demarat o campanie cu partenerul media România TV și a reușit să strângă o parte din bani din donații prin SMS.

REZULTATE

Din fondurile strânse s-a achiziționat un Bronhoscop în valoare 26.000 RON, care este folosit curent la Institutul de Pneumologie „Marius Nasta”.

Am convingerea că după primele rezultate terapeutice, comunicările științifice ulterioare și pornite de la această clinică vor fi deschizătoare de drumuri pentru noi centre de acest gen, din țară, în terapia de recuperare din patologia oncologică.

—
Dr. Iosif Secășan, vicepreședintele
Comisiei de Sănătate din Senatul
României

CIFRELE CAMPANIEI

SMS:

20.153

Suma în lei:

181.000

GRAFFITI SOCIAL WORK/FUNDAȚIA MIHAI NEȘU

Pentru tine doar o monedă, pentru ei un viitor

Dotarea spitalului din Băile Felix cu aparatură de recuperare medicală la standarde internaționale.

Campania de SMS a fost dublată de alta, direct la meciuri, unde suporterii au putut să doneze monedele pe care nu le puteau lua pe stadion.

POVESTEA CAMPANIEI

Fundația Mihai Neșu sprijină de doi ani copiii români să aibă acces la tratamente, fie în țară, fie în străinătate. Prin dotarea spitalelor de la noi cu aparatura necesară, mai mulți copii pot ajunge la tratamentul de care au nevoie. Campania s-a adresat în special suporterilor și a fost realizată în parteneriat cu clubul Steaua. Promovarea numărului de SMS pe pagina de Facebook a clubului a adus mai multe donații decât orice altă expunere media.

REZULTATE

Banii strânși au fost folosiți pentru achiziționarea unui aparat de recuperare medicală – CUȘCA ROCHER – pentru Spitalul de Recuperare din Băile Felix, județul Bihor. Odată cu achiziția acestui aparat, o parte dintre copiii cu tetrapareză spastică vor putea beneficia de tratament în România, într-un spital de stat.

CIFRELE CAMPANIEI

SMS:
2.102

Suma în lei:
18.800



ASOCIAȚIA SF. SAVA | Donează un pat pentru un orfan

Renovarea campusului pentru orfani de la Bisoca.

CIFRELE CAMPANIEI

SMS:
1.500

Suma în lei:
13.200

*Campania a fost derulată exclusiv în presa locală din Buzău și pe outdoor.

POVESTEA CAMPANIEI

Campusul de la Bisoca primește anual peste 1.500 de copii pe care familiile nu îi pot îngriji. Spațiul are nevoie de renovări pentru a le oferi copiilor condiții sigure, așa că Asociația a început această campanie pentru a primi sprijinul comunității. Împreună cu presa locală, a reușit să

strângă suficiente donații prin SMS și sponsorizări pentru a face primele îmbunătățiri.

REZULTATE

Au fost cumpărate 60 de paturi, au fost renovate parțial băile și au fost înlocuite ferestrele. Asociația continuă eforturile de atragere de fonduri pentru a continua renovarea.

ASOCIAȚIA INIMA COPIILOR | Cardiologie la Marie Curie

Dotarea secției de cardiologie de la Spitalul Marie Curie.

*Campania a fost dublată de participarea sportivului Paul Dicu la competiția Marathon des Sables, în Deșertul Sahara.

POVESTEA CAMPANIEI

În secția de cardiologie de la Spitalul Marie Curie din București sunt consultați anual peste 5.000 de copii cu probleme de inimă. Pentru a putea oferi servicii de calitate, secția are constant nevoie de resurse materiale, lucru pe care

Asociația Inima Copiilor îl face din 2011. Campania aceasta s-a desfășurat pe parcursul competiției sportive Marathon des Sables și a avut un singur partener media, EuropaFM, care a difuzat spoturi.

REZULTATE

Banii strânși au fost folosiți pentru a cumpăra materiale medicale necesare tratamentelor și intervențiilor din secție.

CIFRELE CAMPANIEI

SMS:
2.383

Suma în lei:
21.300

SALVAȚI COPIII | Bun venit pe lume

Dotarea a 15 maternități cu incubatoare pentru salvarea vieții copiilor născuți prematur.

CIFRELE CAMPANIEI

SMS: 30.791	Suma totală în lei: 4.800.000
Suma în lei din donații SMS: 270.000	Buget în euro: 8.500

* Campania de SMS a fost una dintre componentele unei campanii naționale multianuale în toate filialele Salvați Copiii din țară.

POVEȘTEA CAMPANIEI

În România mor anual, în medie, 1700 de copii cu vârsta mai mică de un an, iar principala cauză a deceselor sunt nașterile înainte de termen și lipsa aparaturii necesare salvării acestor copii. Pentru a dota 54 de maternități cu aparatură, campania

multianuală a Salvați Copiii a fost sprijinită de nenumărate vedete și de principalele instituții de presă, ceea ce a permis o expunere foarte mare a cauzei.

REZULTATE

În 2013, au fost dotate 15 maternități și aproximativ 3000 de copii prematuri au fost ajutați să trăiască cu ajutorul echipamentelor donate.

UNICEF ROMÂNIA | Niciun copil invizibil

Dezvoltarea serviciilor sociale pentru a proteja copiii din familii sărace

* O campanie de mare amploare realizată împreună cu o televiziune de știri.

POVEȘTEA CAMPANIEI

Peste 60.000 de copii sunt separați anual de familie din cauza lipsei unor servicii sociale care să le ajute să îi protejeze și să îi îngrijească. Pentru a testa servicii sociale locale de prevenire

a abandonului, UNICEF a început în 2012 strângerea de fonduri prin SMS. Campania s-a derulat împreună cu Realitatea TV și a constat în emisiuni live și reportaje despre situația acută în care se află acești copii.

REZULTATE

Mai mult de 6.000 de copii și familiile lor au avut acces la asistență socială adecvată, sprijin, consiliere și beneficii sociale.

CIFRELE CAMPANIEI

SMS:
45.357

Suma în lei:

408.000

ASOCIAȚIA DĂRUIEȘTE VIAȚĂ

Viața începe azi!

Dotarea a 15 maternități pentru a reduce mortalitatea infantilă.

Campania a fost dublată de un turneu al solistului Horia Brenciu, care a promovat cauza la fiecare concert.

POVEȘTEA CAMPANIEI

România e pe primul loc în Uniunea Europeană la mortalitate infantilă și unul dintre motive este situația precară a maternităților, unde mamele și copiii nu primesc îngrijirea de care au nevoie. Dăruiește Viață și-a propus să doteze maternități cu aparatura necesară unei nașteri naturale sigure și a demarat această campanie împreună cu agenția de publicitate GMP și solistul Horia Brenciu.

REZULTATE

Banii strânși au fost folosiți pentru a dota două săli de nașteri de la Spitalul de Urgență Sf. Pantelimon din București.



DE CE CONTEAZĂ

Mesele vechi de naștere de la Spitalul Pantelimon erau din 2007, dar îndelung folosite și, deși bine întreținute, substanțele antiseptice și de curățenie folosite au accentuat degradarea acestora.

—
Dr. Cristina Gladys al Jashi, medic primar obstetrica ginecologie

CIFRELE CAMPANIEI

SMS:
6.215

Suma în lei:
55.500

Buget în euro
600

ÎNVINGEM AUTISMUL

Schimbă viitorul unui copil cu autism

Terapia copiilor cu autism și formarea cadrelor didactice din școli de masă.

Campania a avut un record de SMS-uri în prima zi, pe 20 noiembrie 2013: 7.500, adică 15.000 EUR.

POVESTEA CAMPANIEI

Terapia continuă, individuală și de grup, a copiilor cu tulburări din spectrul autist, este esențială pentru recuperarea lor. La fel de importantă este integrarea copiilor în școli de masă, unde să învețe în același ritm cu ceilalți copii și să interacționeze cu ei, dar pentru aceasta este nevoie de sprijin și pregătire și pentru învățători și profesori, pentru a ști cum să lucreze cu elevii cu autism. Campania a fost făcută în colaborare cu postul TV Kanal D și Radio Europa FM. Părinții și specialiștii de la asociație au fost invitați în emisiunile vedetelor posturilor și un spot filmat în Centru a fost difuzat constant în cele trei luni de campanie. Aceasta a fost a doua campanie realizată de Învingem Autismul cu sprijinul Kanal D.



REZULTATE

Fondurile strânse au fost folosite pentru terapia a 30 de copii cu autism și pregătirea a 250 de profesori din școli de masă.

CIFRELE CAMPANIEI

SMS:

17.053

Suma în lei:

150.000

Buget în euro

1.000

Asociația M.A.M.E. și adulții care au nevoie de tratament

Partenerii noștri de la M.A.M.E. le dau adulților cu probleme medicale severe șansa să strângă banii necesari tratamentului.

De mai mult de un an, asociația M.A.M.E. gestionează alocarea numerelor scurte de SMS 8824 și 8826 pentru cazurile individuale de adulți cu boli grave care au nevoie de intervenții medicale care nu pot fi efectuate în România. Munca lor intensă și dedicată le dă o adevărată șansă la viață celor care au nevoie de tratament în străinătate.

Pentru a putea primi un număr de SMS, o persoană trebuie să depună un dosar cu toate actele medicale și justificarea fondurilor necesare, precum și un plan media, pentru a demonstra că face eforturile necesare strângerii acestor fonduri. Dar munca echipei nu se oprește la a evalua dosarele. Maria Culescu, directoarea Asociației M.A.M.E., și colegii săi, verifică toate actele depuse, se consultă cu specialiști independenți asupra diagnosticului și a tratamentului recomandat și cere referințe despre aplicant. Apoi, dacă toate documentele sunt în regulă, ajută familiile – care de cele mai multe ori nu au cunoștințele necesare unei campanii media – să ia legătura cu jurnaliști și producători și să își facă auzită cererea de ajutor.

Expertiza echipei se bazează pe cei peste cinci ani de experiență în domeniul oncologic, în special în sprijinirea copiilor și a adulților diagnosticați cu cancer pentru a avea acces la tratament și la specialiști. Rețeaua de sprijin a asociației face



posibilă verificarea dincolo de orice îndoială a oricărui caz.

Pentru transparența procesului și garantarea utilizării corecte a fondurilor strânse, asociația urmărește, prin intermediul clinicilor partenero din străinătate, că pacienții primesc tratamentul de care au nevoie.

Asociația M.A.M.E.
 Str. Mendeleev nr. 37
 București, Sector 1, cod postal: 010366
office@asociatiame.com
 t: 021.315.01.89
 m: 0735.163.777
 f: 031.814.67.08

Toată lumea pentru Odette

Odette Leoveanu luptă împotriva cancerului cu ajutorul a mii de oameni care au donat pentru tratamentul ei.

Odette Leoveanu abia a împlinit 30 de ani. Când o întâlnești, vezi o femeie minionă și energică pe care toată lumea pe lângă care trece pare să o cunoască – toți o salută și o întreabă ce face. Ce nu se vede e că, de mai mult de un an, din mai 2013, Odette luptă cu o boală pe care nu o lasă să-i schimbe viața: cancerul de plămâni. Și poate să facă asta pentru că mii de oameni i-au sărit în ajutor.

Imediat după diagnostic, medicii români i-au spus lui Odette că în țară nu au ce să-i facă, nu există tratament pentru ea. A găsit însă specialiști la o clinică din Germania, la Frankfurt, unde a început un tratament cu citostatice care a avut rezultate bune încă de la început. Totul a fost plătit din economiile ei, ale familiei și ale prietenilor care au strâns tot ce au avut ca să o ajute. În toamna lui 2013, însă, le-a fost clar că au nevoie de mai mult pentru a continua tratamentul, care implica radioterapie și o operație de extirpare a tumorii.

Odette spune că nu a vrut inițial o expunere în presă, pentru că nu voia ca oamenilor să le fie milă de ea. Dar și-a dat seama că fără să ceară ajutorul altora nu ar avea cum să plătească tratamentul. Sora ei geamănă, Odile, și prietenii s-au mobilizat: au creat un site, pentruodette.ro, în care îi spuneau povestea și că are nevoie de 45.000 de euro, dar arătau și toate dovezile medicale pentru ca lumea să aibă încredere că e un caz real. Apoi au cerut un număr scurt de SMS de la



DONATIE.RO și au încercat, într-o săptămână din octombrie, să strângă toți banii. Odile a fost la emisiuni TV ca să vorbească despre sora ei, prietenii au trimis emailuri și au dat telefoane, necunoscuți au postat pe Facebook apelul ei. Apoi, pe 16 octombrie, au organizat într-un restaurant din București un concert. Nicu Alifantis, Mihai Mărgineanu, Florin Chilian și Vița de Vie au cântat, benevol, pentru a strânge fonduri. S-au strâns 11.369 de SMS-uri, adică 22.738 euro, numai în seara aceea. Donațiile prin bancă de la mulți oameni au completat suma de care aveau nevoie și s-au strâns aproape 50.000 de euro.

În lunile următoare, banii au ajutat la continuarea tratamentului cu citostatice, inițial în Germania, apoi în România. Chiar dacă nu a putut fi operată, chiar dacă a avut deseori momente în care s-a simțit fără speranță, Odette n-a încetat nicio clipă să lupte și să sere că totul va fi bine. „Mi-am dorit uneori să renunț”, spune ea, „dar faptul că atâția oameni au crezut că mă voi face bine m-a făcut de fiecare dată să-mi găsesc resursele pentru încă o rundă de chimioterapie. Am învățat că în viață nu poți face nimic singur, dar că alături de alții ai șansa să faci minuni.”

Fericirile unui facer

Sînziana Wolff, facer ARC pentru SOS Satele Copiilor.

Nu știu dacă există vreun fel de a te pregăti în prealabil pentru experiența de facer – cum sprinterii fac încălzire înainte de cursă sau cum cântăreții mănâncă miere înainte de concerte. Eu, cel puțin, când am ochit prima persoană, am pus doar un picior în fața celui-lalt, mi-am dres puțin vocea (clar, simțeam că mi s-au oprit și inima, și curajul în gât) și am întrebat pentru prima oară (ce-i drept, mai cu jumătate de gură) dacă vrea să fie supererou – fixația mea ulterioară. Prima mea palmă: nu, dom'le, nu vreau. Iar eu, naivă și în gândul meu: cum să nu vrei să fii un supererou?!

Dar a trebuit să iau lucrurile rele împreună cu cele bune, zilele în care nu se întâmpla nimic împreună cu zilele când se întâmpla totul odată. Și, mai ales, întâmplările bune cu întâmplările neplăcute. Pentru că au fost multe de ambele baricade, dar nu cred că aş schimba ceva la asta – poate pentru că sunt obișnuită ca totul în viața mea să fie într-o continuă mișcare. Da, când un om al străzii a intrat cu capul în mine (dacă am fi fost la rugby, ar fi fost un placaj neregulamentar, așa ca o mică glumă) nu am fost prea fericită. Dar acum e



totuși amuzant. Să fim serioși, câți oameni pot povesti asta la o adunare cu prietenii? E cea mai tare poveste de la masă.

Nici nu îmi pot imagina o poveste ca fiind mai faină ca alta – indiferent dacă e vorba de o poveste amuzantă sau una emoționantă sau una pur și simplu urâtă. Am fost extaziată când primul meu mandat semnat din prima zi de muncă a fost semnat de o fată de o seamă cu mine. Am fost tristă când unele contracte s-au anulat sau când unele persoane nu mai răspund la telefon. Am fost fericită

când am stat de vorbă cu oameni deosebiți, chit că nu mi-au semnat. Sunt fericită și acum când mă întâlnesc pe stradă cu unul din cei care mi-au semnat ne oprim să vorbim ca două vechi cunoștințe. Sunt fericită și când persoanele mă refuză râzând la auzul întrebării "vrei să fii un supererou azi?". Pe lângă bărbatul de 40 de ani care m-a invitat la cinema a fost și tipul care m-a înjurat de parcă îi făcusem cel mai mare rău de pe lume. Pentru fiecare lucru rău e un lucru bun și invers. Unele lucruri te doboară, dar cele mai importante sunt cele care te înalță.

Am găsit fericire în ceea ce fac – meseria asta de facer nu e ușoară, nici pe departe. Dar mereu când cineva îmi semnează sau când îmi mulțumește că datorită mie a aflat ceva nou sunt mândră că pot face asta și totul devine brusc ușor și natural. Îmi place că jobul meu îmi permite să ies din casă, să cunosc atâția oameni noi și interesanți de la care am atâtea de învățat și să rămân cu atâtea povești faine. Sunt facer și mă mândresc cu asta. În defini-tiv, sunt printre privilegiații care au puterea de a transforma oamenii în supereroi. Ce e mai tare ca asta?

FUNDAȚIA IOSIF IAȘI

Copii în dificultate

Prevenirea abandonului școlar în rândul copiilor din familii sărace.

Fundația a avut doar câțiva faceri – câteodată doi – și a făcut campanie în mall-urile din Iași, nu pe stradă.



CIFRELE CAMPANIEI

Mandate:
104

Suma în lei:
12.860

POVEȘTEA CAMPANIEI

Fundația Iosif are grijă de copiii din familii foarte sărace: îi ajută la teme, le asigură o masă caldă, îi învață să aibă încredere în ei. Astfel, se asigură că sunt motivați să își continue educația și să vadă valoarea școlii. Pentru a strânge fonduri pentru ei, Fundația a recrutat și a pregătit faceri care să le vorbească ieșenilor despre Fundație și să îi convingă să doneze lunar, prin Debit Direct. A fost o campanie constantă, atât cu interacțiuni directe în mall, cât și cu telefonat alte tipuri de donatori și organizat evenimente în care ei să cunoască mai bine ce face Fundația.

REZULTATE

Banii care au venit prin Direct Debit au fost folosiți pentru susținerea programului de prevenirea a abandonului școlar. În program sunt acum 60 de copii, din familii sărace, în risc de abandon școlar.

SFATURI DE LA ECHIPĂ

- E dificil să găsești oameni să lucreze ca faceri.
- Oamenii preferă să doneze o sumă pe loc.
- Cele mai mari temeri ale potențialilor donatori sunt legate de: datele bancare, datele personale, neîncrederea în ONG-uri.
- E important să-ți fidelizezi donatorii. O campanie cu telefoane de mulțumire costă puțin, dar are efecte deosebite.
- E important ca donatorii să intre în contact cu beneficiarii.

HABITAT FOR HUMANITY CLUJ

Locuințe pentru familii vulnerabile

Campania s-a desfășurat pe plan local, în Cluj, cu puțini faceri.

POVEȘTEA CAMPANIEI

Habitat for Humanity Cluj a demarat campania de recrutare a donatorilor individuali prin debit direct în octombrie 2013. Au început cu șase fundraiseri, dintre care au rămas, după primele două zile, trei. Echipa spune că aceasta este cea mai mare provocare a acestui tip de campanie: să găsești și să menții fundraiserii dedicați.

REZULTATE

Banii donați prin debit direct au fost folosiți în proiectele de construcție din Chinteni și din Jucu. Proiectul din Chinteni - patru case - a fost finalizat în aprilie 2014, iar proiectul din Jucu - 15 case - a demarat în mai 2014 și se va finaliza în iunie 2015.

SFATURI DE LA ECHIPĂ

Am învățat că e fals mitul că românii dau bani numai la Biserică. Sunt mulți oameni care își doresc să doneze, dar nu au făcut-o pentru că nu li s-a ivit ocazia

sau pentru că vor să fie siguri că banii sunt folosiți în scopul pentru care au fost donați. Am învățat că entuziasmul și dedicarea unei echipe poate ține loc de buget pentru începerea unui proiect și că în acest caz satisfacția reușitei este mult mai mare.

DE CE CONTEAZĂ

Locuiam cu mama mea, într-un apartament de două camere, ea într-o cameră, noi într-o cameră. Noi altă posibilitate nu aveam...
A fost șansa noastră de a avea casa noastră!

Zoltan și Erzsi Gaspar, beneficiari ai unei locuințe de 50mp în Jucu.
Zoltan și Erzsi sunt căsătoriți, au un copil de 4 ani și îl așteaptă pe al doilea.

CIFRELE CAMPANIEI

Mandate:
209

Suma în lei:
8.835

ASOCIAȚIA PREVENTIS CLUJ

Educație și prevenire anti-drog la copii și tineri

Mentorat pentru copiii care sunt în pericol să devină dependenți.

CIFRELE CAMPANIEI

Mandate: **Suma în lei:**
219 **12.860**

Preventis a avut o abordare pozitivă a campaniei și nu s-a concentrat pe lucrurile care nu le-au ieșit, așa că au continuat și au avut rezultate bune pe termen lung.

POVESTEA CAMPANIEI

Preventis este un grup de medici și psihologi care lucrează la prima mână cu dependenții, așa că au putut identifica de-a lungul timpului ce ar funcționa în prevenirea acestor adicții. Ei lucrează cu adolescenți și copiii care sunt expuși la medii viciate și îi ajută să își păstreze valorile și să nu devină dependenți. Pentru campania DD, deși numărul facerilor a scăzut foarte repede – ca în cazul tuturor

celorlalte organizații, pentru că e o muncă grea – au continuat și au folosit această ocazie, de contact direct cu comunitatea, pentru a le spune oamenilor despre ce face Preventis.

REZULTATE

Banii strânși sunt folosiți pentru susținerea programului de mentorat pentru 25 copii cu multipli factori de risc pentru consum de substanțe și alte comportamente problematice. Fiecare cuplu copil – mentor primește 60 lei lunar pentru a putea cheltui în întâlnirile lor. De asemenea, sumele ajută la susținerea campaniilor de prevenire a consumului de alcool, droguri, jocuri de noroc.

DE CE CONTEAZĂ

D. are 12 ani și are ambii părinți și fratele surdo-muți. El este singurul din familie care aude și vede, deși cu ajutor – ochelari și aparat de auz, de care îi este rușine să-l poarte din cauză că mulți copii de la școală își bat joc de el. Este în proiectul de mentorat de la începutul anului 2014 și spune că mentorul lui, Daniel, este „cel mai bun prieten” al lui. După una din întâlnirile lor din primăvară în care au mâncat și apoi au mers în Feleac să vadă Clujul de sus, D. i-a spus: „Atâtea lucruri am învățat cu tine! Cu tine am învățat să înot și să joc baschet. Am învățat să mănânc frumos la masă, cum să țin furculițele în mână, că nu-i frumos să râgâi la masă, și că trebuie să zic pardon. Cu tine am învățat comenzile de la bordul mașinii...”

WWF ROMÂNIA

Ambasadorii Panda

Protejarea urșilor și a pădurilor virgine din România.

WWF România este organizația care a desfășurat campania de DD în mod constant, din 2012. Ei își numesc facerii Ambasadorii.

POVESTEA CAMPANIEI

Campania a început în iunie 2012, în București, cu un număr variabil de Ambasadorii, între 1 și 4. De-a lungul timpului, numărul a oscilat între 1 și 17. Acum există însă trei fundraiseri veterani care sunt parte din echipa WWF de un an și 3 luni. Ambasadorii Panda fac fundraising în zonele cele mai aglomerate din București: intersecții, piețe, ieșiri de la metrou.

REZULTATE

Banii strânși au un rol important în activitățile de conservare a pădurilor derulate de WWF în România: monitorizarea a cinci urși folosind tehnologia GPS-GSM, colectarea unor date esențiale despre habitatul acestora, salvarea de la tăiere și protejarea a 351 hectare de păduri virgine de la Șinca Veche, prevenirea și reducerea tăierilor ilegale.

SFATURI DE LA ECHIPĂ

Oamenii din România sunt dispuși să se implice. Trebuie doar să le oferim această oportunitate și să avem încredere în ei.



CIFRELE CAMPANIEI

Mandate:

1.787

Suma în lei:

154.701

FUNDAȚIA MISSIO LINK INTERNATIONAL TIMIȘOARA

Salvează copilăria

Sprijinirea fetițelor de la Casa Debora, victime ale abuzului sever.

Primăriile din Timișoara și Sibiu nu permit activități de fundraising stradal și organizația a trebuit să se limiteze la activitatea din malluri și supermarketuri.

POVESTEA CAMPANIEI

Casa Debora găzduiește și protejează fetițe salvate de autorități de la abuz sever. Pentru a le putea oferi și îngrijirea, și educația necesare, are nevoie constant de fonduri, așa că angajamentele de donație pe termen lung îi dau echipei posibilitatea să își țină promisiunile față de aceste fetițe. Campania de fundraising se face în Timișoara și Sibiu și unul dintre cei mai prolifici faceri este chiar psihologul Casei, care a vrut să fie printre cei care conving oamenii de importanța acestui centru.

REZULTATE

Sumele au fost utilizate în exclusivitate pentru Centrul Rezidențial Casa Debora: hrana, educația, cazarea și servicii de consiliere și terapie post-traumă pentru cele 28 de fete,



victime ale abuzului. Donațiile prin debit direct au ajutat la creșterea capacității cu încă opt locuri.

DE CE CONTEAZĂ

Mă numesc Andra, am 11 ani și sunt la școală în clasa a V-a. Casa Debora este unica mea casă și unicul meu sprijin. Mulțumesc că m-ați crescut mare!

CIFRELE CAMPANIEI

Mandate:
53

Suma în lei:
17.605

SUMARUL CAMPANIILOR SMS

ORGANIZAȚIE	DONAȚII PRIN SMS
Salvați Copiii România	30791
Fundația Sfânta Irina	20264
Asociația Învingem Autismul	17052
Asociația M.A.M.E.	10906
Crucea Roșie Română	7265
Asociația Dăruiește Viață	6215
Fundația Mereu Aproape	5389
Hospice – Casa Speranței	5247
A.A.C.A.R. Horia Moțoi	3067
HIFA	2562
Asociația Filantropică Sfântul Onufrie	2386
Graffiti Social Work	2102
Fundația pentru copii "Sfântul Sava", Buzău	1680
Asociația Inima Copiilor	1222
Asociația Română a Tinerilor cu Inițiativă	842
Asociația Onco Help	581

ORGANIZAȚIE	DONAȚII PRIN SMS
Asociația Bega Neonat	546
Asociația Centrul Român pentru Copii	
Dispăruți și Exploatați Sexual – FOCUS	323
Asociația Green Revolution	273
Asociația Națională Salvamont	247
Asociația de Protecție a Animalelor	
Milioane de Prieteni	96
UNICEF – donații recurente prin SMS	69348
Fundația Ringier	47147
Asociația M.A.M.E. – Laura Cîmpian	11581
Asociația M.A.M.E. – Odette Leoveanu	11369
Asociația M.A.M.E. – Diana Stanciu	6706
Asociația M.A.M.E. – Ana Crăciun	4986
Asociația M.A.M.E. – Bianca Florescu	2775
Asociația M.A.M.E. – Marius Gheorghe	1564
Asociația M.A.M.E. – Andrei Asimie	1233
Asociația M.A.M.E. – Ovidiu Damian	1057

Mulțumim!

Le mulțumim partenerilor noștri care au crezut în necesitatea platformei DONATIE.RO, ne-au susținut pentru a o pune în practică și s-au adaptat la nevoile cauzelor pe care le sprijinim.



Romanian-American Foundation pentru sprijinul financiar.



Orange România, Telekom Romania Mobile și Vodafone România pentru deschiderea și resursele oferite.

Raiffeisen Bank pentru susținerea programului prin sponsorizare.

Syscom – Integratorul tehnic al platformei – pentru sprijin.

Membrilor juriului: Roxana Beicu (Vodafone), Angela Galeța (Vodafone), Alina Stan (Orange), Florina Șerban (Telekom Romania Mobile), Camelia Mateș (ARC)

Echipa donație.ro: Camelia Mateș, Manager de program, Camelia Mureșan, Account Executive, Monica Tomuș, IT Manager, Iulia Ardelean, Coordonator Administrativ, Georgiana Ilie, Director de comunicare

**ASOCIAȚIA PENTRU
RELAȚII COMUNITARE**

Cluj-Napoca

Bd. 1 Decembrie 1918, nr. 4, ap. 7,
400699, Cluj-Napoca, România
Tel: (40) 264 406388
Fax: (40) 264 406389

București

Str. Știrbei Vodă nr. 71, ap.3, sector 1,
București, România
Tel: (40) 037 1310734
[facebook.com/DoneazaSimplu](https://www.facebook.com/DoneazaSimplu)
twitter.com/DoneazaSimplu



DONAȚIE.RO
UNDE BINELE CĂPĂTĂ FORȚĂ

un parteneriat



powered by

