

UniCredit Bank Hungary Zrt.

Lépj velünk! társadalmi innovációs program



Az Effekt 2030 – A közösségi befektetések díja 2019. évi pályázatán a **Jövő gazdasága** kategóriában **shortlist jelölést** kapott.

A PROGRAM IDŐTARTAMA:

2018. január - 2019. április (meghirdetés 2017. november)

A PROGRAM ELŐZMÉNYEI:

A társadalmi vállalkozás kevésbé ismert működési forma itthon, pedig kutatások bizonyítják, hogy százból hat európai már ilyen vállalkozásnál keresi kenyerét. Az UniCredit Bank szakmai partnerként a társadalmi vállalkozásokat alaposan ismerő NESsT Magyarországot vonta be a programba, és vele közösen fogalmazta meg a program alapjait. A nyilvánosság elé első körben a társadalmi vállalkozások fogalmának tisztázásával léptek, és csak ezt követően, a szervezetek bemutatásával személyesítették meg üzeneteinket.

A PROGRAM CÉLJA:

A program célja, hogy erősítse a támogatott szervezetek üzleti kompetenciáit, javítsa pénzügyi eredményüket, növelje ismertségüket. Fontos szerepet kapott még a kollégák elkötelezettségének erősítése, a társadalmi edukáció és érzékenyítés megvalósítása pozitív példákkal, valamint az attitűdváltás elérése.

ILLESZKEDÉS A VÁLLALAT MŰKÖDÉSÉHEZ:

Az UniCredit Bank fontosnak tartja, hogy hozzájáruljon a vállalkozások pénzügyi tudatosságának formálásához. Társadalmi felelősségvállalási programja fókuszába a hazánkban még újszerű „impact investment” tematikát helyezte: olyan szervezeteket támogat, amelyek a társadalmi megtérülés mellett pénzügyi hozamot is céloznak. Meggyőződésük, hogy a társadalmi vállalkozások professzionális működésének elősegítésében ma Magyarországon kiemelt szerepe van azoknak az inkubátor szervezeteknek és nagyvállalatoknak, akik üzleti tapasztalataikkal, pályázati programjaikkal segítik a szektor feltörekvő szereplőit.

A PROGRAM LEÍRÁSA:

A társadalmi egyenlőtlenségek csökkentése iránti elköteleződésének jegyében az UniCredit 2018-2019-ben harmadszor valósította meg a „Lépj velünk!” programját. Olyan társadalmi vállalkozásokat díjazott, amelyek projektje példa lehet más szervezetek számára is a szociális vállalkozás, a munkahelyteremtés és a felzárkóztatás területén. A szakmai zsűri három nyertest választott:

- a romák és nem romák közötti előítéletek lebontásáért dolgozó UCCU Roma Informális Oktatási Alapítványt, akik roma tematikájú városi sétaszolgáltatást indítottak a VIII. kerületben;
- a Vidékért Szociális Szövetkezetet, akik egy elvándorlással és munkanélküliséggel sújtott térségben, Királyhegyesen létrehozott zöldség- és gyümölcsfeldolgozó manufaktúrát működtetve helyi termelőktől szerzik be az alapanyagokat és a helyi nőknek teremtenek stabil munkahelyet;
- és az Igazgyöngy Alapítványt, amely egy mélyszegénységben élő település fűtési gondjainak orvoslására hozott létre brikettüzemet.

A díjazottak a pénzügyi támogatáson túl (három díjazott összesen 60 000 euró) üzletfejlesztési mentorprogramban is részesültek: a program szakmai partnere, a NESsT szakértői és a bank vezető menedzserei, egy éven keresztül önkéntes szakmai mentorként segítették őket a stratégiai tervezés, az üzletfejlesztés, az értékesítés, a marketing és a kommunikáció, valamint a HR területén. Emellett a díjazottak erős médiatámogatást is kaptak, például hozzáférhettek a vállalat kapcsolati hálójához. Jelentős külső kommunikációs támogatásban is részesültek: sajtóesemények, interjúk növelték a nyertes szervezetek ismertségét.

A három nyertest a szakmai zsűri választotta ki, melynek tagjai Bombera Krisztina műsorvezető; Pistyur Vera, a Bridge Budapest ügyvezetője; valamint Roxana Damaschin-Tecu, NESsT portfólió igazgató.

KÖZÖSSÉG:

A program kialakítását a társadalmi vállalkozások fejlesztése terén elismert tudással rendelkező NESsT Magyarország segítette az előkészítéstől a zárásig. Szakértőik a bank önkéntes menedzsereivel együtt valósították meg az üzletfejlesztési mentorprogramot. A kommunikációs tervet az ACG Pro csapata állította össze, akik előzetesen minikutatást végeztek a társadalmi vállalkozás fogalmának ismertségéről a magyar médiában. A program továbbá az UniCredit Alapítvánnyal közösen valósult meg.

A programban tíz kolléga vett részt önkéntesként. Ők egy éven át lelkesen mentorálták és szakmai tanácsokkal ösztönözték a szervezeteket, tapasztalataikat pedig a kollégákkal is megosztották.

A dolgozók elkötelezettségét erősítendő a cég rendszeres tájékoztatást adott a program állásáról, a szervezetekről és céljaikról a belső kommunikációs csatornáin. Közös interaktív programokat és eseményeket szerveztek, játékos vetélkedőkkel tartották fenn az érdeklődést, és fontos stratégiai-pénzügyi döntésekbe is bevonták az ezerhétszáz dolgozót, hiszen a program végén 5 000 eurót ítéltettek oda a legsikeresebb szervezetnek.

A vezérigazgató-helyettes személyesen hitelesítette a programot: kiemelt szerepet vállalt, többször találkozott a szervezetekkel, minden eseményen részt vett (az első roma városi sétán, a Kanálka krémek befőzésén, a toldi brikettüzem indulásán), és élményeit szakmai és közösségi fórumokon osztotta meg.

HATÁS:

A nyertes szervezetek üzleti kompetenciái, képességei és ismeretei az utókövetés szerint átlagosan 210 százalékkal nőttek a program eredményeként. A projekt hatással volt a vállalkozások elismertségére is, hiszen fokozott láthatóságuk nyomán mindegyik szervezet szakmai díjakat és társadalmi elismeréseket nyert a program alatt. A projekt továbbá nemcsak az érintett szervezetek életében, hanem a társadalmi vállalkozások tágabb közegében is változásokat indított el.

A Kanálka Manufaktúra egy munkanélküliséggel sújtott térségben teremtett nyolc stabil munkahelyet, helyi termelők alapanyagait dolgozza fel, minőségi termékeivel hosszú távon járul hozzá a térség gasztroturisztikai vonzerejének növeléséhez. A manufaktúra a projektnek köszönhetően 3,6-szeres árbevétel-növekedésre tett szert, a helyi termelőktől felvásárolt zöldség-gyümölcs mennyisége 8 tonna.

Az UCCU Alapítvány esetében egy új üzletágot hoztak létre: a projekt fizető Budapesti és Pécsi sétaszolgáltatás sikeres elindulásához járult hozzá. A szolgáltatás üzleti alapjait kidolgozva egy hosszú távon jövedelmező program jött létre, amely tizenegy, sétavezetőnek kiképzett roma fiatal számára jelent bevételt, és fontos társadalmi kérdésben teremt párbeszédet.

Az Igazgyöngy Alapítvány esetében egy adaptálható mintaprogram kidolgozása volt a cél. Ez sikerült, hiszen más, hasonló fűtési nehézségekkel küzdő településeken is elindítható a modell.

A projekt során a mintaprogram kidolgozása mellett sor került egy brikett-előállító üzem kialakítására, amely alapvető szociális problémára kínál megoldást két munkahely teremtésével. Az üzemben óránként 80 kg magas fűtőértékű brikettet állítanak elő, mely legalább 40-50 helyi család ellátását biztosítja.

A civil szféra vállalkozási készségeinek fejlesztése egyedi üzenetnek bizonyult a média számára: százötven nem fizetett, 85 százalékban márkázott megjelenés garantálta a vállalati imidzs épülését, a nyertesek ismertségének és üzleti lehetőségeinek megsokszorozódását. A média nem átvett, hanem egyedi feldolgozású anyagokat készített, mert az újságírók maguk is végigjárták a roma városi sétákat, egy teljes napot töltöttek a Kanálka Manufaktúrában és a tódi brikettüzemben.

A bevont vállalati mentorok számára felvillanyozó élmény volt a részvétel a programban, erősítette a vállalati kötődésüket és mindennapi feladataikhoz is extra motivációt nyújtott. A projekt hatásának mérhetősége érdekében minden célhoz - szervezetek üzleti készségei és pénzügyi eredményei, önkéntes kollégák száma, sajtómegjelenések száma - előzetes KPI-t alakítottak ki. Az eredményeket az előzetesen felállított fő teljesítménymérőkkel hasonlították össze. A díjazottak pénzügyi ismereteit tesztelték a kampány előtt és után, míg üzleti eredményeik változását folyamatosan követték a NESsT üzletfejlesztési tanácsadóinak és a bank mentorcsapatának segítségével.

JÖVŐ:

Az UniCredit Bank harmadik alkalommal hirdette meg a "Lépj velünk" programját, ezzel a programmal fejezve ki hitét, hogy elkötelezetten támogatja azoknak a társadalmi és gazdasági közösségeknek az életét, amelyben működik. Hosszú távú célnak tekinti, hogy továbbra is küzdjön a társadalmi egyenlőtlenségek ellen és fenntartható módon csökkentsen a hátrányos helyzetű közösségek gazdasági kiszolgáltatottságát. Az UniCredit küldetésének sarokköve a működő közösségek fejlesztésének elősegítése.

A vállalat elkötelezett a méltányos és inkluzív társadalom mellett és aziránt, hogy előmozdítsa a társadalomra pozitív hatást gyakorló vállalkozások fejlődését, felkarolja a pénzügyileg kirekesztett társadalmi csoportok ügyét. Ezt a tematikát a jövőben hasonló gondolkodású szakmai partnerekkel új szintre kívánja emelni. A jövőbeli cél, hogy a hagyományos pénzügyi szolgáltatásokból kizárt társadalmi hasznosságú vállalkozásokat üzletileg jobb helyzetbe hozza a bank, megossza velük pénzügyi szakértelmét és tapasztalatait, valamint ezen vállalkozások sikertörténeteinek megosztásával és láthatóságuk növelésével is hozzájáruljon pozitív példájuk elterjedéséhez.



TOVÁBBI INFORMÁCIÓK:

<https://www.youtube.com/watch?v=v5vdMZNxrU&feature=youtu.be>

<https://www.youtube.com/watch?v=Y-QGO5vbxUM&feature=youtu.be>