Acțiune Comunitară

1









Sensibilizarea opiniei publice

2

Dacă cunoști un copil care nu merge la școală, ajută-l! Sună la: 021 308 20 35








# Rezultate 2009
# Obiective 2010

Educație

4









Sprijin pentru familie

3









*Fiecare copil în școală*

în 4 pași

Asociația OVIDIU ROM

**Militează pentru grădinița obligatorie de la 5 ani**

Printed Pro Bono by: G.CANALE&C. SRL GRUP GRAFIC EDITORIAL




Asociația OVIDIU ROM
Fiecare copil în școală
MINISTERUL EDUCAȚIEI CERCETĂRII TINERETULUI ȘI SPORTULUI
Enel
ENERGIA IN RITMUL TAU.
PRO TV
ELEVATE
TV
ZenithOptimedia
SAATCHI & SAATCHI
TVR
Oblique
ZOOM
CASTEL
Kodak Cinelabs Romania
Athénée Palace Hilton
Carrefour
citibank
e·on România
pepsi
ROMPETROL



# EDUCAȚIA TIMPURIE DE CALITATE PRECONDIȚIE PENTRU SUCCESUL ȘCOLAR PE TERMEN LUNG

## Dragi prieteni,

Privind în urmă, putem spune fără ezitare că 2009 a fost cel mai bun an al nostru de până acum. Spoturile campaniei „Școala te face mare", prezentând cinci celebrități din România și pe colega noastră Narcisa Cumpănă au apărut pe 25 de canale TV – de la The Money Channel la Cartoon Network și de la Etno TV la ProTV.

- Am format 200 de cadre didactice să lucreze mai eficient cu copii proveniți din medii sociale dezavantajate
- Am lansat inițiativa „Adoptă o școală" care a motivat 8 companii să se implice în sprijinirea unei școli primare dintr-o comunitate săracă
- Mai mult de 100 de persoane au ajutat la aducerea la școală a 324 de copii cu donații individuale în valoare de 50 de euro
- Peste 100 de voluntari ne-au ajutat pe parcursul anului să îmbunătățim viețile copiilor

Mai avem însă multe de făcut până ne vom atinge scopul final, acela de a ridica nivelul general al educației din România. Astăzi, mai puțin de jumătate din copiii României absolvă liceul.

Este bine știut că educația timpurie de calitate este o precondiție pentru succesul școlar pe termen lung. Când copiii încep școala cu decalaje față de colegii lor de generație, acestea se agravează pe parcurs. Copiii care încep școala pregătiți, riscă mai puțin să aibă nevoie de „educație specială", și au șanse mai mari de a finaliza studiile. La maturitate, au șanse mai mari de a obține locuri de muncă și salarii mai bune. Educația timpurie scade de asemenea riscul de a comite infracțiuni sau de a avea nevoie de asistență socială.

Banca Mondială a lansat de curând raportul unui studiu care arată că România pierde UN MILIARD de euro anual din productivitate și taxe neplătite de populația needucată și necalificată ce nu se poate angaja. Cercetările internaționale dovedesc că banii cheltuiți pentru educația timpurie de calitate economisesc considerabil banii contribuabililor în viitor. De aceea, facem lobby pe lângă Parlament pentru a face educația obligatorie de la vârsta de 5 ani.

Educația preșcolară este importantă în special pentru copiii proveniți din familii dezavantajate, care adesea sunt mai puțin stimulați intelectual acasă. Aceștia reprezintă un procent considerabil din populația tânără a României (conform unor estimări, până la 25%). Educația timpurie accesibilă pentru TOȚI COPIII ar trebui să fie unul din obiectivele de bază ale guvernului, societății civile și sectorului privat.

Cea mai eficientă metodă de a aduce copiii săraci la școală este recrutarea din ușă în ușă și asigurarea celor necesare, ca îmbrăcăminte, încălțăminte și rechizite. Cu ajutorul fiecăruia dintre voi, echipând un copil sărac pentru școală sau sponsorizând o masă la Balul de Caritate de Halloween, Ovidiu Rom poate implementa aceste măsuri sub forma parteneriatelor public-private în tot mai multe comunități.

Tebuie să creăm un sistem educațional care să îi pregătească pe TOȚI copiii din România să participe la viața comunității. Ajutați-ne să oferim mai multor copii șansa unui start bun la școală, pentru ca ei să poată merge mai departe la liceu și facultate și să devină membri activi ai societății.

Cu prietenie,



Leslie Hawke & Maria Gheorghiu,
Co-founders Asociatia Ovidiu Rom

# REZULTATE 2009

## OVIDIU ROM A OBȚINUT **PREMIUL SPECIAL** LA GALA SOCIETĂȚII CIVILE

În 2009, Ovidiu Rom şi-a dezvoltat cei „Patru Paşi" pentru integrarea măsurilor sociale, educative şi economice în vederea asigurării accesului şi succesului în grădiniță.

**1. Dezvoltarea grupurilor locale:** ajutor în recrutarea pentru şcoală a copiilor aflați în comunități în care există un risc mare de abandon şcolar

- Inițierea unui grup de acțiune locală în Castelu (județul Constanța)
- Dezvoltarea de grupuri locale în patru comunități (Bacău, Bucureşti, Potlogi şi Vizureşti)
- Recrutarea a 100 de copii săraci care nu au mers niciodată la gradiniță sau la şcoală

**2. Măsuri educative:** pregătirea şi susținerea copiilor aflați în situații de risc de abandon şcolar

- Pregătirea a 200 de cadre didactice pentru a lucra eficient cu copiii aflați în situații de risc
- Pregătirea a 2000 de copii pentru a avea succes la şcoală prin ateliere de vară
- O zi pe săptămână, program de educație timpurie pentru 30 de copii
- Susținerea la grădiniță cu program prelungit pentru 40 de copii
- Programe de tip şcoală dupa şcoală pentru 150 de copii
- Programe de educație parentală pentru 300 de familii

**3. Ajutor acordat familiilor sărace** prin acoperirea costurilor ascunse ale şcolii

- Tichete sociale pentru 300 de familii
- Rechizite pentru 500 de copii
- Ajutor de urgență pentru 30 de familii

**4. Conştientizare publică** prin campania "Şcoala te face mare"

- Părinții au fost informați cu privire la depăşirea dificultăților pe care le întâmpină când işi înscriu copiii la grădiniță şi la şcoală prin spoturi sociale la televizor
- Spoturile sociale au fost difuzate de 7000 de ori pe 25 de canale TV
- Spoturile sociale au fost transmise de 3213000 ori pe ecranele amplasate în Carrefour
- S-au generat 77 de articole, 11 ştiri speciale şi 3 talk show-uri
- Antena 3 a creat şi difuzat un documentar despre activitatea Ovidiu Rom în Castelu
- Au fost trimise 29000 de afişe ale campaniei către şcoli, grădinițe, secții de poliție şi primării
- Ovidiu Rom a obținut premiul special al juriului la Gala Societății Civile
- Toți cetățenii au fost încurajați să sprijine copiii care nu au acces la educație

Cristian Mungiu şi Radu Muntean au regizat cele şase spoturi sociale pentru TV în care au apărut: Andreea Marin Bănică, Dana Deac, Cabral Ibacka, Dan Bittman, Damian Drăghici şi Narcisa Cumpănă, o mamă de etnie romă care s-a întors la şcoală pentru a-şi termina studiile, a absolvit facultatea şi şi-a îndeplinit visul de o viață de a fi educatoare.



*Foto: Amarjit Sidhu*

# OBIECTIVE 2010




Obiectivele Ovidiu Rom pentru 2010 reflectă convingerea noastră că fiecare copil poate reuşi în şcoală dacă începe suficient de devreme şi că cel mai bun mod de a asigura educaţia pentru toţi copiii este o combinaţie de intervenţii educaţionale, sociale şi economice. Acestea se traduc în:

- difuzarea noilor spoturi sociale din campania ,,Şcoala te face mare" pe toate canalele TV din România in perioada iunie - septembrie
- formarea a 300 de cadre didactice şi traineri pentru Ateliere de Vară Şotron
- pregătirea a 3000 de copii pentru succes şcolar prin Atelierele de Vară Şotron
- dezvoltarea în 7 comunităţi (Bacău, Buhuşi, Castelu, Potlogi, Vizureşti şi două în Bucureşti) a unor mecanisme locale de a aduce fiecare copil în şcoală şi implementarea a 6 programe ,,Adoptă o şcoală"
- implicarea companiilor în includerea educaţiei timpurii în programele de responsabilitate socială

**Educaţia timpurie pentru Toţi: O investiţie înţeleaptă**

În timpuri cu resurse publice limitate, îngrijirea şi educarea copiilor mici va continua să cadă în lista priorităţilor până când publicul îşi va schimba percepţia asupra economiei creşterii generaţiei următoare. Copiii care primesc o educaţie timpurie de calitate vor avea nevoie de mai puţine programe costisitoare de educaţie specială şi au mai multe şanse de a absolvi liceul şi a găsi şi menţine locuri de muncă. Studii după studii arată că educaţia timpurie nu este scumpă. Din contră:

- îi ajută pe copii să reuşească la şcoală şi să devină cetăţeni mai buni
- fiecare euro investit economiseşte contribuabilului cheltuieli viitoare
- este esenţială pentru o forţă de muncă productivă în secolul XXI

Leslie Calman & Linda Tarr-Whelen,
Impactul economic al educaţiei timpurii




# STUDIU DE CAZ:
# Cum a reuşit o comunitate să aducă *Fiecare copil în şcoală*

De obicei, numărul total de copii înscrişi la şcoală la începutul lunii septembrie se diminuează treptat pe parcursul anului. Unii se mută la alte şcoli, alţii, în special cei săraci, frecventează rar sau abandonează. În satul Castelu s-a întâmplat exact invers. Pe 14 septembrie 2009 erau 32 de copii înscrişi în clasa I şi 120 la grădiniţă. În luna iunie 2010, 46 de copii au terminat clasa I şi 180 mergeau la grădiniţă.

Aproximativ 20% din cei 5000 de locuitori ai comunei Castelu, judeţul Constanţa, trăiesc sub pragul de sărăcie. Familiile cele mai sărace locuiesc pe străzile Garoafelor, Sălciilor şi la Fermă. În cele 60 de locuinţe din zonă trăiesc în jur de 350 de oameni. Marea majoritate dintre ei nu au acces la utilităţi publice, iar străzile sunt abia nişte drumuri de pământ bătătorite. Pentru gătit şi igienă personală, oamenii iau apă dintr-un canal de drenaj aflat în apropiere.

Majoritatea familiilor care trăiesc pe aceste străzi se consideră turci, dar atât comunitatea turcă din localitate, cât şi românii îi consideră „ţigani". Adulţii vorbesc în comunitate un dialect al limbii turce. În consecinţă, când merg la şcoală, mulţi dintre copiii lor nu înţeleg limba română. Fiind săraci, fie încep şcoala la o vârstă prea înaintată, fie nu merg deloc, fie frecventează sporadic. Aceia care se înscriu la şcoală sunt de regulă nepregătiţi şi nu pot recupera, având performanţe slabe sau abandonând în cele din urmă şcoala, adesea după numai patru sau cinci clase.

Antoneta Prodan, directorul şcolii din Castelu, era conştientă de faptul că acei copii care beneficiază de educaţie preşcolară de calitate au rezultate mai bune la şcoală decât colegii lor care iau prima dată contact cu mediul şcolar abia la vârsta de şapte, opt sau chiar nouă ani. Ştia, de asemenea, că mulţi dintre copiii cei mai săraci din localitate nu mergeau la grădiniţă, începeau şcoala la vârste prea înaintate, aveau frecvenţă redusă şi renunţau la şcoală înainte de a ajunge în clasa a V-a. În acelaşi timp, Mariana Muşat, directorul grădiniţei, încuraja familiile sărace să îşi trimită copiii la grădiniţă, dar cu rezultate limitate.

Comunitatea din Castelu nu avea resursele umane, financiare sau conceptuale pentru a rezolva această problemă complexă. După ce doamna Prodan a văzut anunţurile campaniei „Şcoala te face mare" la televizor în vara anului 2009, a apelat la Asociaţia Ovidiu Rom pentru a identifica soluţia. Maria Gheorghiu, director executiv, a vizitat şcoala şi comunitatea din Castelu la sfârşitul lunii august, pentru a evalua în ce mod metodologia în patru paşi se putea aplica în sprijinul acestor copii.

## Metodologia Ovidiu Rom în 4 paşi pentru a aduce *Fiecare Copil în Şcoală*

### 1. Intervenţie la nivelul comunităţii

În urma mai multor vizite la faţa locului, în care a discutat cu diferite persoane-cheie, printre care şi părinţi locuind pe străzile Garoafelor şi Sălciilor, Maria Gheorghiu a facilitat realizarea unui parteneriat public-privat între şcoală, grădiniţă, autorităţile locale, un ONG local – Fundaţia Porţi Deschise – şi Inspectoratul Şcolar Judeţean Constanţa. La prima întâlnire s-a format un Grup de acţiune locală, cuprinzând directorii şcolii şi grădiniţei din Castelu, primarul comunei, şeful secţiei de poliţie locală, asistenta socială, un membru al Consiliului local, un reprezentant al comunităţii şi reprezentanţi ai celor două religii dominante în zonă: preotul ortodox şi imamul. După mai multe discuţii despre problemele existente şi soluţiile propuse de Ovidiu Rom,Grupul de acţiune locală a decis să îşi asume responsabilitatea pentru eliminarea decalajului educaţional în curs de agravare dintre copiii romi-turci şi ceilalţi copii din comună prin demararea proiectului de interes public local ***Fiecare Copil în Şcoală*** – Castelu.

În septembrie, Ovidiu Rom a desfăşurat o campanie de recrutare, pentru înscrierea la şcoală a tuturor copiilor în vârstă de peste 7 ani. Membrii Grupului de acţiune locală au mers din uşă în uşă pentru a-i încuraja pe părinţi să îşi trimită copiii la grădiniţă, iar pe cei peste 6 ani, la şcoală. Elisabeta Kubassek, de la Fundaţia Porţi Deschise, a mers prin comunitate cu un megafon, anunţând

părinții că porțile școlii sunt deschise: „Educația este gratuită. Vă putem ajuta cu hainele, încălțămintea și rechizitele de care aveți nevoie.”

Primii copii au început să vină la școală de a doua zi, dar procedurile administrative s-au dovedit un proces anevoios, care s-a întins pe perioada câtorva săptămâni. În cele din urmă, s-au conturat două soluții:

**Acțiunea imediată**: Ca urmare a campaniei de recrutare, copiii cu vârste între 6 și 9 ani care nu mergeau la școală au fost identificați și încriși în clasa I. Aceasta a determinat formarea unei noi clase I, cu 19 elevi, alături de celelalte două clase I care existau deja. Din lipsă de spațiu, cele trei clase I au învățat cu rândul câteva luni în clădirea reamenajată a unei foste benzinării aflate peste drum de școală. Nu a fost o soluție perfectă, dar în acest fel au mers cu toții la școală.

În septembrie, administrația locală a oferit îmbrăcăminte și încălțăminte pentru cei 19 elevi noi și alți 14 elevi din celelalte clase I provenind din familii foarte sărace. Ovidiu Rom a plătit salariul noii învățătoare în luna octombrie. Din noiembrie, Inspectoratul Școlar Județean a alocat fonduri pentru postul normat. În ianuarie 2010, Grupul de acțiune locală a inaugurat Centrul de Resurse Caleidoscop și alte două săli de clasă într-o clădire nouă. Finanțat de Carrefour* și amenajat de Ovidiu Rom, Caleidoscop și-a deschis porțile pe 29 ianuarie, oferind copiilor un mediu de învățare modern și atractiv. Tot aici a demarat și programul de teme pentru copiii săraci, finanțat de Ovidiu Rom și implementat de noua învățătoare de la clasa I.

**Soluții strategice**: În luna ianuarie, când problema spațiului s-a rezolvat, Grupul de acțiune locală și-a concentrat atenția asupra copiilor de vârstă preșcolară care locuiau în zonă. Având în vedere numărul mare de copii, directorul școlii a cerut sprijinul unuia dintre consilierii locali care urmase în 2007 cursul de formare ca mediator școlar, dar nu fusese angajat pe acest post. Lucrând împreună, mediatorul școlar și Ovidiu Rom au identificat alți 80 de copii cu vârste între 3 și 10 ani pe care i-au înscris la grădiniță și școală. Cu sprijinul finanțării oferite de Carrefour, Ovidiu Rom a putut plăti salariul mediatorului școlar, cu promisiunea autorităților locale ca din septembrie 2010 acesta să fie inclus în bugetul local. De asemenea, Ovidiu Rom a oferit rechizite tuturor celor 80 de copii preșcolari recrutați.

## 2. Măsuri educaționale

**Formarea cadrelor didactice**
Pentru a pregăti cadrele didactice să lucreze cu un număr atât de mare de copii fără nici o experiență școlară anterioară și cu bariere lingvistice atât de mari, Ovidiu Rom a organizat patru ateliere de pregătire. Formarea oferită de Ovidiu Rom se concentrează pe aplicarea la clasă a noilor teorii ale învățării. Cadrele didactice sunt de asemenea pregătite să lucreze cu pachetele educaționale Ovidiu Rom, a căror piesă de rezistență este o carte-caiet de 48 de pagini color, Comoara din Orașul celor opt oglinzi, structurată pe mai multe planuri: carte de poveste, caiet de exerciții de scriere, culegere de aplicații și jurnal de învățare.

**Drumul spre grădiniță**
Ovidiu Rom a ajutat cadrele didactice din Castelu să implementeze modulul „Șotron”, destinat familiarizării copiilor și părinților care nu au fost la rândul lor niciodată la grădiniță atât cu beneficiile, cât și cu rigorile zilnice ale educației timpurii. Șotron include: un tur ghidat al grădiniței, pentru copii și familia lor, cursuri de grădiniță oferite o


1


2


3


4


5

*Foto: Elena Mocanita & Iolanda Burtea & Amarjit Sidhu*

*Carrefour a „adoptat” școala din Castelu. Pentru mai multe detalii, vezi „Adoptă o școală”, pagina 9

# Metodologia Ovidiu Rom în 4 paşi pentru a aduce *Fiecare Copil în Şcoală*

dată pe săptămână şi înscrierea pe parcursul anului şcolar pentru a facilita integrarea imediată a copiilor identificaţi.

**Programul şcoală-după-şcoală**
Sesiunile zilnice cu durata de două ore reunesc 30 de elevi de clasa I (cei 19 recrutaţi după începutul şcolii şi alţi 11 identificaţi de învăţătoare ca având nevoie de ajutor suplimentar). Acestea oferă copiilor cu dificultăţi de învăţare posibilitatea de a-şi face temele într-un mediu atractiv şi potrivit pentru studiu, de a beneficia de ajutorul de care au nevoie şi de a primi un supliment nutritiv.

**Atelierele de Vară**
Atelierele de Vară au rolul de a ajuta copiii dezavantajaţi să se pregătească pentru grădiniţă şi şcoală, sprijinindu-i în acelaşi timp şi pe părinţii lor să se familiarizeze cu mediul şcolar. Ovidiu Rom oferă materialele educaţionale, iar un ONG local nou înfiinţat asigură gustările. Pe parcursul atelierelor sunt introduse şi consolidate competenţele de bază în comunicare şi gândire.

## 3. Implicarea şi sprijinirea familiilor

Poate cel mai important factor în aducerea fiecărui copil din Castelu la grădiniţă sau la şcoală a fost atitudinea primitoare a directorilor celor două instituţii. Acestea au sprijinit activ familiile sărace la înscriere, iar consiliul local a asigurat necesarul de îmbrăcăminte şi încălţăminte.

**Stimulente pentru îmbunătăţirea frecvenţei**
Ovidiu Rom a stimulat părinţii săraci să îşi trimită copiii la şcoală zilnic prin oferirea de tichete sociale în valoare de 50 de lei lunar pentru prezenţa 100% la orele de curs. În toate comunităţile în care Ovidu Rom a implementat această strategie, frecvenţa şcolară a copiilor a crescut semnificativ. Ovidiu Rom a iniţiat programul în octombrie 2009 cu 30 de familii beneficiare. Criteriile de selecţie au fost venitul pe membru de familie (sub pragul de sărăcie), situaţia locativă şi nivelul de educaţie al părinţilor. Înainte de includerea în program, fiecare familie identificată a fost vizitată de un reprezentant al Ovidiu Rom şi de mediatorul şcolar. După identificarea tuturor beneficiarilor, s-a organizat o întâlnire pentru a li se explica acest program:


*Foto: Alisa Tarciniu*

- copiii trebuie să aibă o frecvenţă de 100%, cu excepţia cazurilor în care sunt bolnavi şi aduc scutire medicală, trebuie să obţină calificative satisfăcătore la şcoală şi aprecieri pozitive referitoare la comportament

- pentru a primi tichetele sociale, părinţii elevilor de clasa I trebuie să participe la întâlnirile lunare cu părinţii. Dacă lipseşte, părintele trebuie să aştepte întâlnirea din luna următoare pentru a le primi. Pentru a evidenţia importanţa rezultatelor şcolare şi nu numai a simplei prezenţe, părinţii copiilor cu rezultate foarte bune primesc în plus 50 de lei lunar.

**Rechizite, uniforme şi gustări**
Din bugetul local, primăria a distribuit îmbrăcăminte şi încălţăminte pentru fiecare copil din grupul-ţintă, iar Carrefour a asigurat gustări pentru copiii care au participat la programul şcoală-după-şcoală.

**Sănătate**
Prima copilărie este cea mai bună vârstă pentru depistarea problemelor legate de sănătate, dantură, vedere sau vorbire, pentru că acum pot fi tratate pentru a preveni transformarea lor în deficienţe permanente. O componentă esenţială a metodologiei Ovidiu Rom este asigurarea accesului la asistenţă medicală specializată pentru toţi copiii pe care îi recrutăm pentru şcoală. Copiii proveniţi din familii sărace prezintă riscuri mai mari de a avea probleme de sănătate, şi de aceea de a lipsi de la şcoală din cauza unor probleme minore de sănătate. La examinarea copiilor nou recrutaţi, asistenta medicală a descoperit că mulţi dintre ei aveau pediculoză. Aceasta este o problemă frecvent întâlnită acolo unde nu există apă curentă, şi afectează frecvenţa şcolară contribuind la marginalizarea copiilor în cauză de către colegii lor, cadrele didactice şi părinţii celorlalţi copii. Mediatorul şcolar a obţinut câteva flacoane de soluţie pentru tratarea pediculozei de la Fundaţia Porţi Deschise şi de la Direcţia Judeţeană de Sănătate Publică din Constanţa, astfel problema a fost soluţionată doar temporar. Lipsa unei intervenţii strategice din partea Direcţiei Judeţene de Sănătate Publică şi a medicului local a fost extrem de dezamăgitoare şi a lăsat problema nerezolvată până când Carrefour s-a oferit să cofinanţeze alături de consiliul local costurile amenajării unei surse de apă pentru locuitorii de pe strada Garoafelor.

TICHETE SOCIALE **50 DE LEI LUNAR**
**FRECVENŢA FOARTE BUNĂ 94%**
DIN COPIII PROVENIŢI DIN FAMILII FOARTE SĂRACE

## 4. Sensibilizarea opiniei publice

**Educarea părinților**
Ovidiu Rom şi Fundația Porți Deschise au distribuit calendare şcolare părinților, mergând din uşă în uşă şi invitându-i la întâlnirea organizată la şcoală. Au fost necesare mai multe astfel de întâlniri, pentru a da posibilitatea cât mai multor părinți să participe. În cele din urmă, în jur de 30 de părinți au participat la sesiuni conduse de directoarea şcolii şi asistenta socială din comună, în care au fost explicate proiectul şi procedurile. De asemenea, au fost explicate dreptul de bază al copilului de a beneficia de educație şi obligația părinților de a-şi trimite copiii la şcoală. În noiembrie 2009, Antena 3 a realizat un material documentar dedicat problemei copiilor şi adulților care nu merg sau nu au mers la şcoală, prezentând felul în care comunitatea locală din Castelu se implică în asigurarea accesului la educație pentru copiii săraci.

**„Adoptă o şcoală"**
La balul de caritate de Halloween 2009, a fost lansat programul „Adoptă o şcoală", pentru a încuraja companiile să investească bugetele de responsabilitate socială corporatistă în programe care prevăd măsuri pentru educarea generațiilor viitoare. Cu acea ocazie, Carrefour, prima companie care a adoptat o şcoală, a selectat-o pe cea din Castelu, datorită prezenței sale în județul Constanța. Cei 10.000 de euro donați de Carrefour au acoperit costurile echipării Centrului de Resurse, ale întâlnirilor cu părinții, ale programului de şcoală- după-şcoală şi ale atelierelor de vară pentru copii. Tichetele sociale au fost plătite de Ovidiu Rom din fonduri colectate la Balul de caritate de Halloween. O plachetă a fost dezvelită la intrarea în şcoală pentru a marca acest parteneriat pentru educație.

Rezultatele primului an

- Rata de înscriere în clasa I a crescut de la 64% la aproape 100%
- 14 din cei 19 copii recrutați pentru clasa I au trecut în clasa a II-a
- 28 din cei 30 de copii ai căror familii au primit tichete sociale au avut frecvență şcolară 100%
- 80 de copii preşcolari au început sau au revenit la grădiniță
- Părinții săraci şi-au schimbat percepția asupra „vârstei de începere a şcolii" de la 8 sau 9 ani la 3 sau 4!
- Ovidiu Rom şi-a rafinat Metodologia în 4 Paşi, transformând-o într-un plan de acțiune locală care poate fi extins la scară națională

Acest program a adus pentru prima dată la şcoală şi la grădiniță 63 de copii aflați în situație de risc şi a îmbunătățit frecvența şcolară a altor 45. Costul de implementare în primul an s-a ridicat la 228 de euro pe copil. Prin comparație, un raport din 2010 al Băncii Mondiale arată că România pierde anual aproape un miliard de euro în productivitate şi taxe neplătite de populația needucată şi necalificată.

**Obiective pentru anul şcolar 2010 – 2011**
Pentru că succesul şcolar depinde în atât de mare măsură de o educație timpurie de calitate, Ovidiu Rom şi Grupul de acțiune locală se concentrează pe înscrierea la grădiniță a tuturor copiilor din Castelu cu vârste cuprinse între 3 şi 6 ani.

### Costuri directe în perioada septembrie 2009 - august 2010:

| | | |
|---|---|---|
| **Ovidiu Rom:** | 13,000 € | Tichete sociale, cheltuieli de deplasare, formare, caiete de exerciții |
| **Consiliul Local:** | 1,500 € | Îmbrăcăminte şi încălțăminte |
| **Carrefour:** | 10,000 € | Echiparea centrului de resurse, gustări, salariile învățătoarei şi mediatorului şcolar, seturile pentru atelierele de vară |
| **Total** | 24,500 € | Notă: Ovidiu Rom, Consiliul local şi Fundația Porți Deschise au contribuit de asemenea cu timpul angajaților şi resurse organizaționale care nu au fost incluse în calcularea costurilor. |

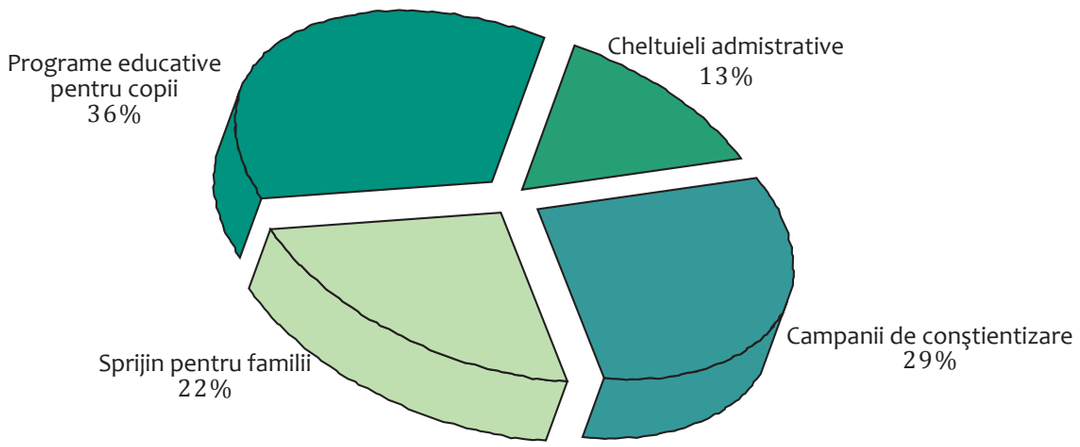




# CHELTUIELI 2009

| PROGRAME EDUCATIVE PENTRU COPII | BACAU + BUHUSI | BUCHAREST | OTHER LOCATIONS | TOTAL € |
|---|---|---|---|---|
| Salarii | 17,833 | 10,012 | 40,917 | 68,762 |
| Mese de prânz | 13,739 | 3,786 | 4,013 | 21,538 |
| Resurse educaționale | 2,270 | 2,807 | 2,595 | 7,671 |
| Burse școlare | 3,447 | 4,896 | 9,297 | 17,640 |
| Ateliere de Vară | 1,643 | 1,298 | 8,211 | 11,152 |
| Training cadre didactice | 858 | 630 | 551 | 2,040 |
| Implementare pachet educațional* | - | 598 | 2,667 | 3,264 |
| **TOTAL PROGRAME EDUCATIVE PENTRU COPII** | **39,790** | **24,026** | **68,250** | **132,066** |
| **PROGRAME DE SPRIJIN PENTRU FAMILII** | | | | |
| Salarii | 15,833 | 13,143 | - | 28,976 |
| Transport beneficiari | 6,338 | 2,100 | 548 | 8,986 |
| Transport - asigurări & întreținere mașini echipă consiliere | 1,815 | 4,075 | 4,248 | 10,138 |
| Transport echipă consiliere | 2,452 | 1,941 | 945 | 5,338 |
| Analize medicale și acte de identitate beneficiari | 641 | 668 | - | 1,309 |
| Produse de igienă pentru familii | 512 | 589 | 744 | 1,844 |
| Stimulente pentru părinți sub formă de tichete sociale | 9,943 | 12,440 | 3,452 | 25,836 |
| Altele | - | - | 119 | 119 |
| **TOTAL PROGRAME DE SPRIJIN PENTRU FAMILII** | **37,534** | **34,956** | **10,055** | **82,545** |
| **CAMPANII DE CONȘTIENTIZARE** | | | | |
| Salarii | - | 35,929 | - | 35,929 |
| Campanii de conștientizare | - | 30,328 | - | 30,328 |
| Strângere de fonduri - Balul de Caritate de Halloween | - | 43,420 | - | 43,420 |
| **TOTAL CAMPANII DE CONȘTIENTIZARE** | **-** | **109,677** | **-** | **109,677** |
| **CHELTUIELI ADMINISTRATIVE** | | | | |
| Salarii | 10,000 | 14,190 | - | 24,190 |
| Utilități, consumabile, echipamente | 3,768 | 20,500 | - | 24,268 |
| **TOTAL CHELTUIELI ADMINISTRATIVE** | **13,768** | **34,690** | **-** | **48,458** |
| **TOTAL ÎN EURO** | **91,092** | **203,349** | **78,305** | **372,746** |

*carte-caiet pentru copii, ghid cadre didactice



## Ovidiu Rom Programe Grădiniţă - 2010

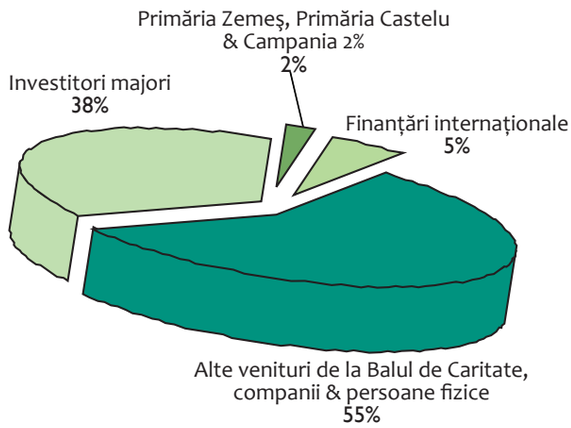



Legendă:
Programe curente: **verde**
Programe anterioare: verde deschis

# VENITURI 2009

| | |
|---|---|
| **Investitori majori** | 183,300 |
| **Alte venituri de la Balul de Caritate, companii & persoane fizice*** | 270,878 |
| **Finanțări internaționale** | 23,600 |
| **Primăria Zemeș, Primăria Castelu & Campania 2%** | 9,993 |
| **TOTAL General €** | **487,771** |

*detaliere la pagina 12




**Investitori majori:** peste 25,000 €

Athénée Palace Hilton Bucharest · Carrefour · Citi never sleeps citi · e·on România · Nobel Romania · Pepsi Americas · 2K · Rompetrol

**Investitori VIP:** 10,000 €

Gold Corporation Roșia Montană · Petrom Membru OMV Grup · Saatchi & Saatchi · Stage Knight · Fundația Tender

**Investitori:** 5,000 €

The Mews · Prospectiuni · Raiffeisen Bank Reușim împreună · upc

# DONATORI 2009



Foto: Elena Mocăniță

| Contribuţii de peste 1,000 € | | + în natură |
|---|---|---|
| Alex Fund | 45,000 | ✋ |
| Pro TV | 43,000 | ✋ |
| Petrom | 39,750 | |
| E.ON | 30,500 | |
| PepsiAmericas | 30,000 | ✋ |
| Athenee Palace Hilton | 24,800 | ✋ |
| Carrefour* | 24,500 | ✋ |
| Roşia Montana Gold Corp. | 23,500 | |
| Rompetrol | 20,000 | ✋ |
| Ambasada Olandei | 18,000 | |
| Citi/ United Way International * | 10,500 | |
| Fundația Tender* | 10,000 | |
| BRD | 10,000 | |
| Raiffeisen Bank | 8,000 | ✋ |
| Anna Anissimova | 6,000 | |
| UPC | 6,000 | ✋ |
| Campania 2% | 5,523 | |
| Forum Invest | 5,500 | |
| GlaxoSmithKlein | 5,400 | |
| UNICEF | 5,400 | |
| The Mews Boutique | 5,000 | |
| Prospecțiuni | 5,000 | |
| Credit Europe* | 4,760 | |
| C&A Retail | 4,750 | ✋ |
| Badea Clifford Chance | 4,000 | |
| Primăria Zemeş | 3,920 | |
| Georgios Vatistas | 3,500 | |
| Dan International | 3,200 | |
| Alexandrion | 3,000 | |
| Autoitalia | 3,000 | ✋ |
| Camelia Şucu | 3,000 | |
| Cristina Şucu* | 3,000 | |
| Dar Lactate | 3,000 | |
| Hard Rock Cafe | 3,000 | |
| KPMG | 3,000 | ✋ |
| Niro Group | 3,000 | |
| Porsche | 3,000 | |
| Quintet | 3,000 | |
| Wolf Theiss | 3,000 | ✋ |
| Global College Munich | 2,775 | |
| World Class | 2,400 | ✋ |
| Starbucks | 2,380 | ✋ |
| Oblique Media | 1,800 | ✋ |
| RIB Bank | 1,800 | |
| Sorin Mîndruțescu | 1,500 | |
| Zenith Media | 1,500 | ✋ |
| Giulia & Itshak Nahmany | 1,400 | |
| Megas Advertising* | 1,300 | |
| Biriş Goran | 1,200 | ✋ |
| Oliver Meister | 1,000 | |
| RINF | 1,000 | |
| România Liberă | 1,000 | |
| SofMedica | 1,000 | |
| James & Eileen Stewart | 1,000 | |
| Tax House | 1,000 | |
| **Total €** | **462,558** | |

*agreate în 2009, încasate în 2010

## Contribuții individuale & contribuții în servicii sau produse:

Remus Achim, Nick Alberico, Always Forward, American Restaurant System, Ana Hotels, Maria Apostol, Art Material, Sorina Atănăsoaie, Balkan Advisory Company, Balkan Fanatik, Bank of Cyprus pcl Nicosia, Raluca & Paul Baran, Bogdan Bartolomeu, Dragoş Bănică*, Marinela Bănică, Amb. Philippe Beaulne, Ibolia Bereş, Business Magazin, Business Review, Business Woman, Sorin Blaga, C&A Retail, Cabral, Caffe Pascucci, Calendar Evenimente, Camera Deputaților, Campina Beheer, Cocor Media Channel, Micah Carbonneau, Centrul Internațional de Conferințe, Chainsaw, Paolo Chighine*, Codruț Chiriac, Livia Costea, Christopher Cox, Simona Cristea, Dana Deac, Dedeman, Dragoş Dehelean, Orlanda Deladi, Mihai Deobald, Romeo Diaconescu, Michelle Dietrich*, Adrian Dinu, djarabu, Walther Doernte, Victor Dornescu, Lidia Dumitru, Cristina & Greg Duschek, Davin Ellicson, Andreea Esca, Evolution Expo Construct, Adelino Falaschi, Andreea Filip, Mihaela & John Fitzpatrick, Flash Mob Michael Jackson, Brown Forman, Fratelli, Ambasada Franței, Stefan Freytag, G. Canale & C., Alexandra Gătej, Alin Gayraud, Ovidiu Gălățanu, Gândul, Călin Costin George, Cristian Gheorghe, Anca Ghika, Grigore Ghyka, Amb. Mark Gitenstein, Irina Gologan, Grand Café Van Gogh, Andreea Groenendijk, Loredana Groza, Halewood, Alexandra Hambaraş, Claudia & Joel Hayes, Ethan Hawke, Heineken, Cristian Herța, Horia Brenciu Orchestra, Robert Hudymac, Dana Iancu, IKEA România, Lăcrămioara Isărescu & Giacinto Oriola, Junior Achievement, Wendy Kahn, Stephen Karl, KFC, Kodak, Johannes Kruse, Kubis, Judit Lang, Mihai Ledeanu, George John Leslie*, Adriana Lungu, Mars, Maseratti, Adriana Matei, Bogdan Măciucă, McDonalds, Medsana, Dorel Melinte, Mengotti, Andreea Mihai, Roxana Mihalache, Raluca Milin, George Miron, Stefanie Moeser, Mark Mohrmann, Gisele Morey, Morning News Brief, Răzvan Munteanu, Florin Mureşan, Musafir, Andreea Muşoiu, MyVideo, Adina Nanu, Zina Nedelea, Marius Nedelcu, Luca Niculescu, Friedrich Niemann, Mona Opran*, David Ottaviano, Virginia Oțel, Palatul Parlamentului, Elena Paraschiv, Şerban Patriciu, Vadim Patriciu, Claudiu Pătraşcu, Aurora Pârvan, Claudia Pendred, Katja Perrey, Liana Petraşcu, Larisa Petrini, Ciprian Pintea, Pizza Hut, Marius Pleșea, Adela Popescu, Port.ro, Clayton Powell, Roxana Priceputu, Primăria Castelu, Markus Rapatz, Ringier, Shea Roggio, Carl Rossey, Cornel Roşu, Saatchi& Saatchi, Salans, Corrien & Machiel Salomons, Monica & Mircea Săndulescu, Michael Horst Schmidt*, Shuja Shaikh, Amarjit Sidhu, Sister, Sitel Group, George Sofianos, Cristian Sofron, Stage Expert, Irina Stanciu, Starbucks, Andrei State, Oana Stănescu, Arina Sturzoiu, Şerban & Musneci Asociates, Mădălina Şurlin Ududoiu, Sorin Târşoagă, Georgeta Teodorescu, Radu Teodorescu, Toyota, Cristina Gheorghe Trancă, Eduard Tucă, Cristina Tudor, Mihai Tudor, Alexandru Țintea, US Food Network, Eduard Uzunov, Effie Valsamaki, Anca Silvia Vasile, Andrei Vasilescu, Gabriel Vasilescu, Lidiana Vasilescu, Mary Veal, Edit Vesser & John Ketchum, World Vision, vonBergen, Daniel Vrăbioiu, Diana Vucicovici, Jane& Lynn Wells, Fady Zaidan, Ioana Zăicanu, Ziarul Financiar, Tamara Zhakenov, Zoppas, ZU

*agreate in 2009, incasate in 2010

## Consiliul Director al Asociației Ovidiu Rom:

Narcisa Cumpănă, Şcoala Alexandru cel Bun
Maria Gheorghiu, Asociația Ovidiu Rom
Leslie Hawke, Alex Fund & Asociația Ovidiu Rom
Mihaela Măsica, Primăria Buhuși
Sandra Pralong, UNDP

## Consiliul Consultativ:

Maria Apostol, Pro TV
Bogdan Atanasiu, Dan International
Andrew Begg, Vivid Magazine
Dana Deac, TVR
Daniel Daianu, SNSPA
Radu Florescu, Saatchi&Saatchi
Alexandra Gătej, Palatul Cotroceni
Frank Hajdinjak, E.ON
Anca Harasim, Camera de Comerț Americană
Mike Holmes, Pepsi
Catalin Mardare, Senatul României
Oliver Meister, CME
Saduokhas Meraliyev, Rompetrol
Andreea Mihai, Carrefour
Sorin Mindrutescu, Oracle
Cristian Mungiu, Mobra Films
Valeriu Nicolae, Diplomacy Center
Friedrich Niemann, Athenee Palace Hilton
Tony Paduano
Tibor Pandi, Citi
Liliana Preoteasa, MECTS
Gehrig Schultz, Prospecțiuni
Dante Stein, AutoItalia
Camelia Şucu, Class Living
Alexandra Tînjală, Sister
Şerban Toader, KPMG
Adela Vrînceanu, Oblique TV Magazine

**MISIUNEA OVIDIU ROM PROMOVEAZĂ OPORTUNITĂȚI EGALE**
***pentru persoane aflate în situații de risc din România***

***Mulțumim donatorilor care au dorit să rămână anonimi şi voluntarilor!***

# BALUL DE CARITATE DE HALLOWEEN:



Foto: VonBergen



Foto: Cristina Tudor



Foto: Amarjit Sidhu



Foto: Amarjit Sidhu

În 2009, peste 1000 de participanți au răspuns invitației Ovidiu Rom de „a se costuma global și a dărui local" la cea de-a cincea ediție a Balului de Caritate de Halloween. Oaspetele de onoare, Ethan Hawke, venit direct de pe platourile de filmare pentru Moby Dick a susținut cauza evenimentului. Excelența sa Mark Gitenstein, ambasadorul Statelor Unite ale Americii la București, a subliniat în discursul său impactul negativ al abandonului școlar asupra economiei unei societăți.

Ovidiu Rom a lansat inițiativa „Adoptă o Școală" prin care fiecare dintre cei prezenți s-a putut implica direct în viitorul unui copil sau al unei întregi școli dintr-o comunitate săracă.

Organizat sub patronajul Camerei Deputaților a Palatului Parlamentului, balul de anul trecut a strâns €372,013. Mulțumită generozității partenerilor tradiționali, peste 90% din aceste fonduri au putut fi direcționate către programele Ovidiu Rom.

Horia Brenciu Band și „Bucharest Business Choir" au încântat oaspeții în timpul Dineului, iar djarabu a animat atmosfera la After Party.

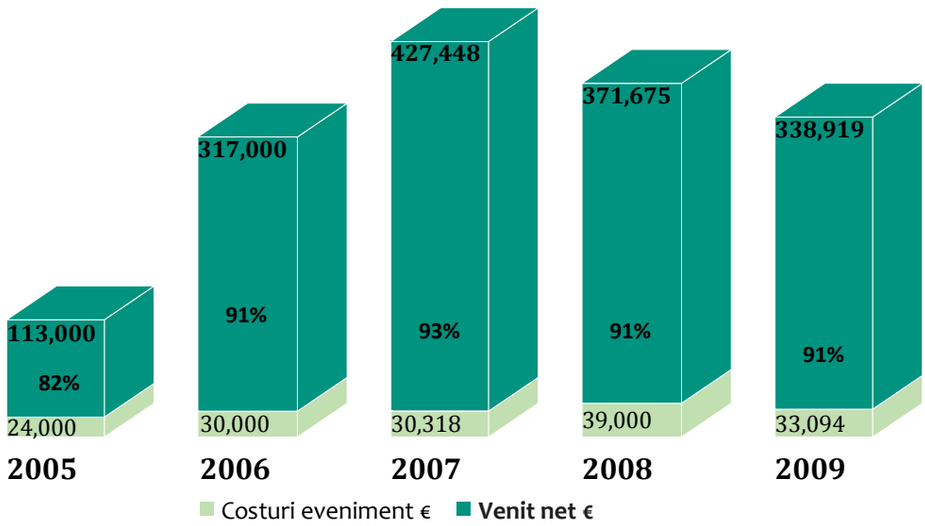







Foto: Cristina Tudor (stânga) & vonBerger (dreapta)

## O NOUĂ TRADIŢIE A BUCUREŞTIULUI

# ROCK ‘N’ RO LIKE IT’S 1957

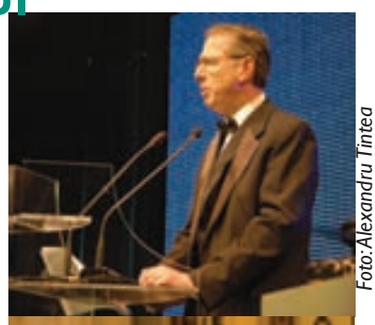

Foto: Alexandru Tintea


Foto: Cristina Tudor


Foto: Amarjit Sidhu


Foto: Amarjit Sidhu

VĂ INVITĂM SĂ SĂRBĂTORIM
ATMOSFERA SWING
**ŞI ROCK ‘N’ ROLL**
LA CEA DE-A ŞASEA EDIŢIE
**A BALULUI DE CARITATE**
30 OCTOMBRIE 2010
**DE HALLOWEEN**

Redescoperiți muzica și moda lui Connie Frances, Frank Sinatra și Elvis pentru o seară memorabilă la Palatul Parlamentului! Fondurile strânse vor ajuta copiii săraci să meargă la grădiniță sau la școală.

Evenimentul cuprinde o **Recepție,** un **Dineu,** urmate de tradiționala **After Party**.

Pentru a afla mai multe detalii:
vizitați www.halloween.ovid.ro
sau contactați-ne la mirela.sendruc@ovid.ro / 021 315 88 06





Foto: VonBergen (stânga) Cristina Tudor (dreapta)

## Donații:

Pentru a sprijini programele noastre, puteți face o donație:

Transfer bancar în contul Asociației Ovidiu Rom deschis la ING Bank, România, swift: INGBROBU

| | |
|---|---|
| LEI: | RO33 INGB 0008 0081 5133 8917 |
| | RO54 INGB 0008 0081 5133 8927 |
| USD: | RO25 INGB 0008 0081 5133 4017 |
| EURO: | RO79 INGB 0008 0081 5133 0717 |
| GBP: | RO29 INGB 0008 0081 5133 1617 |

CEC pe numele "The Alex Fund", organizație neguvernamentală înregistrată în Statele Unite 501(c)(3), trimis către:
The Alex Fund
211 W. 106th St., Suite 4A
NY, NY 10025
212-865-7611 alex@alexfund.org

Donații online: www.alexfund.org/ how-to-help
sau www.ovid.ro

## Pentru a dona 2% din impozitul pe venit:

Nume: **Asociația Ovidiu Rom**
Cod fiscal: **16 40 50 35**
Cont: **RO33 INGB 0008 0081 5133 8917**

## Contact:

**București:** Str. Dr. Râureanu 4, Et. 3, 050048
tel/fax 021/315.88.06
**Bacău:** Str. I.S. Sturdza 80, 600269
tel/fax 0234/581.940

office@ovid.ro
www.ovid.ro

www.facebook.com: ***Fiecare Copil In Scoala***

## Investitori majori în *Fiecare Copil în Scoală 2009*

Athénée Palace Hilton Bucharest

Carrefour

Citi never sleeps℠

citi

e·on România

NOBEL ROMÂNIA

PEPSI AMERICAS

ROMPETROL

Asociația OVIDIU ROM

Fiecare copil în școală
e responsabilitatea fiecăruia dintre noi