

Groeten
van geluk



Sponsoringcode ORO

Voor u ligt de Sponsoringcode van ORO. De Sponsoringcode is een gedragscode met als doel een verantwoorde werving van sponsoren door ORO zodanig dat effectief en verantwoord met sponsoring wordt omgegaan en deze tot een positieve wederzijdse relatie leidt. Deze sponsoringcode wordt onderschreven door de stichting Vrienden van ORO die veelal namens ORO de wervende partij zal zijn. Daar waar in deze code ORO genoemd wordt, wordt dus ook en onverminderd de stichting Vrienden van ORO bedoeld.

De Sponsoringcode is vastgesteld door de Raad van Bestuur en is verplichtend voor alle fondsenwervende initiatieven verbonden aan ORO.

De basisprincipes van deze code zijn:

- * integriteit van handelen;
- * wederzijds respect;
- * zorgvuldigheid;
- * transparantie.

1. Het doel van sponsorwerving mag slechts het financieren zijn van voorzieningen die te allen tijde het welzijn en comfort betreffen van de cliënten, hun naasten van ORO in de meest brede betekenis en die wat financiering betreft buiten het reguliere budget vallen van ORO.
2. Elk bedrijf dat met respect voor de belangen en de functie van ORO wil sponsoren, is in beginsel welkom. Om de goede naam van ORO en de sector te beschermen, zullen bedrijven die producten fabriceren en/of verhandelen die volgens algemeen aanvaarde opvattingen schadelijk (kunnen) zijn, geweerd worden als sponsor. Denk hierbij aan: sigarettenfabrikanten, wapenindustrie, bedrijven die gebruik maken van kinderarbeid of op andere manieren mensenrechten schenden, criminele organisaties en organisaties die niet volgens de algemeen geldende fatsoensnormen handelen.
3. Associaties met producten die volgens de overheid of volgens algemeen aanvaarde opvattingen schadelijk zijn voor de gezondheid, zullen worden vermeden.
4. Benadering van bedrijven door ORO met het oog op het werven van financiële middelen zal terughoudend en zorgvuldig geschieden, vooral in geval van een bestaande afhankelijkheidsrelatie tot de organisatie (zie ook Leveranciers). Belangenverstrengeling dient bij het aantrekken en verkrijgen van sponsoren uitgesloten te worden (bijv. geen verwachtingen wekken buiten de sponsorrelatie om).
5. Overeenkomsten tot sponsoring en de afgesproken tegenprestaties worden duidelijk schriftelijk vastgelegd en openlijk gecommuniceerd.
6. Tegenprestaties aan sponsoren bestaan uit communicatie-uitingen of andere faciliteiten gedurende een bepaalde periode. Voorrang in zorg aan bepaalde categorieën personen zal niet verleend worden. Er zal een redelijke verhouding bestaan tussen de prestatie van de sponsor en de tegenprestatie die ORO biedt.

7. ORO respecteert en beschermt de privacy van haar cliënten en medewerkers. Gegevens van cliënten en medewerkers worden niet aan een sponsor verstrekt. ORO wil geen directe sponsorrelatie tussen een extern bedrijf en interne medewerkers. Zelfstandigheid en onafhankelijkheid moeten niet in twijfel getrokken kunnen worden.
8. Sponsor en gesponsorde hebben elk hun eigen domein. De sponsor krijgt geen invloed op vaststelling of uitvoering van het beleid van ORO.

Leveranciers

Voor de benadering van leveranciers van ORO als sponsor, geldt behalve bovenstaande ook specifiek het volgende:

- * Bij het benaderen van leveranciers van ORO is het belangrijk dat men zich realiseert dat er een wederzijdse afhankelijkheid bestaat tussen de leverancier en ORO die het belang van het afzonderlijke project te boven kan gaan. Daarom worden bedrijven waarvan bekend is of vermoed wordt dat deze een vaste leverancier van ORO is, altijd benaderd ná contact met de verantwoordelijke van de afdeling Inkoop en/of Facilitair bedrijf.
- * Alleen als er van een duidelijke win-win situatie voor sponsor én ORO sprake is, wordt de leverancier benaderd (bijv. gelegenheid tot interactie met de doelgroep). De omzet die een leverancier bij ORO genereert, mag geen selectie criterium zijn.
- * Tijdens aanbestedingstrajecten worden per definitie geen sponsorverzoeken ingediend bij deelnemende bedrijven.
- * Associatie met één farmaceutisch producent of medicijn dient te worden voorkomen. Bij het benaderen van farmaceuten worden er daarom altijd meerdere tegelijk benaderd. Dit wordt ook duidelijk aan hen gecommuniceerd. Het resultaat kan uiteindelijk sponsoring door één bedrijf zijn.
- * Mocht twijfel bestaan over de geschiktheid, betrouwbaarheid en/of motieven van de potentiële sponsor of de herkomst van het geld, dan wordt dit ter beoordeling voorgelegd aan de Raad van Bestuur. Het oordeel van de Raad van Bestuur van ORO is bindend.