

Datele Barometrului Global asupra Corupției informații cheie privind România

O analiză corectă a disparităților între agenda politică, agenda media și agenda publicului arată că pentru ieșirea din cercul vicios trebuie spuse adevăruri și cerute explicite acțiuni și atitudini.

“După ce am citit rezultatele și am evaluat datele care stau la baza corelațiilor am constatat că în România este o prăpastie enormă între discursul public sau tribuna publică de acuzare/revendicare și nevoia concretă a societății.” a reacționat Victor Alistar - directorul Transparency International România.

Conform metodologiei studiului Barometrul Global al Corupției, acesta oferă o perspectivă bogată a experienței personale a oamenilor cu privire la corupție, precum și punctele lor de vedere cu privire la situația din țară.

Din analiza de profunzime a datelor și din corelările primare se observă că în cazul datelor reprezentative pentru România, există câteva aspecte care ar trebui să determine o acțiune energică la nivelul societății:

- Tinerii în general solicită o organizare socială în mediul public dar și cel de afaceri care să nu mai condiționeze accesul la servicii și/sau carieră de existența unor mecanisme relaționare
- Capacitatea instituțiilor publice dar și a companiilor de a genera un mediu real de integritate este neperformantă și, în ciuda eforturilor anticorupție ale instituțiilor de aplicare a legii din România, 1/3 dintre utilizatori trebuie să plătească mită pentru acces la serviciile destinate lor.
- Companiile din România, inclusiv cele de servicii de utilități, nu și-au îmbunătățit climatul de integritate internă și în interfața cu publicul.
- Administrația publică nu a reușit să își transforme conduita și modalitățile de interacționare cu cetățenii și, deși sunt temeri de decizie, la procedurile de rutină se contată aceleași practici de facilitare a serviciilor publice.
- Rata mică de răspuns la oportunitatea și eficacitatea raportării corupției arată pe de o parte că acele rețele protejate pot acționa fără ca răspunsul de aplicare a legii să vină prompt și pe de altă parte faptul că la nivel de prevenție, mecanismele de remedii interne nu funcționează nici în administrație, nici în companiile de furnizare a serviciilor către public.
- De asemenea faptul că (în România mai mult decât în alte țări) victimele sunt intimidat să nu raporteze sau să protesteze împotriva corupției arată că mecanismul de sancționare are limitări logistice sau de practică unitară.

Față de aceste constatări se impune pentru cadrul specific românesc ca principalii factori de responsabilitate și progres social să acționeze consistent:

- **Guvernul:** să impună mecanisme evaluabile participativ de creștere a integrității publice în instituțiile administrației publice centrale și locale (prin standardizare, training și open data);
- **Mediul de afaceri** (cu precădere întreprinderile cu servicii către public) trebuie să depășească mediul formal de conformitate constând în declarațiile de valori și standarde, și să internalizeze în mod real la nivelul operațiunilor aceste standarde și declarații de valori.
- **Mediul asociativ public (FALR) și cel privat** (Patronate, asociații de afaceri, camere de comerț, etc.) trebuie să treacă la promovarea integrității în rândul membrilor, inclusiv certificările de integritate, și la un management activ de etică și integritate cu rezultate evaluabile de business.
- **Societatea civilă românească** trebuie să treacă de la abordarea pe exemple la abordarea pe problemă mult mai echilibrată și nepartizantă, pentru a atrage suportul publicului larg în demersul anticorupție. Legitimitate

și credibilitate sunt capitalurile pe care ONG-urile trebuie să le dovedească pentru antreprenorialul social anticorupție.

În contextul global economic și de securitate este absolut necesar ca societatea românească să își definească prioritățile ce decurg din contractul social și să își întărească capacitatea de competitivitate. Integritatea publică și în mediul de afaceri, și satisfacția actorilor sociali față de actualul sistem de organizare și decizie sunt cheie pentru capacitatea comună de răspuns ca societate, economie și stat la provocările zilei.

Transparency International Romania:

**Victor Alistar,
Director Executiv**

E: office@transparency.org.ro

T: +4 031 6606 000

Mobil +40 721093424

Website: <https://www.transparency.org.ro>

Facebook:

<https://www.facebook.com/transparencyRO/>

LinkedIn:

<https://www.linkedin.com/company/transparency-international-romania>

Twitter: https://twitter.com/TI_Romania