

PROGRAM EDUCAȚIE ȘI OCUPARE

PRIORITATE: 4 ANTREPRENORIAT ȘI ECONOMIE SOCIALĂ

APEL: SPRIJIN PENTRU ÎNFIINȚAREA DE ÎNTREPRINDERI SOCIALE ÎN MEDIUL URBAN

TITLU PROIECT: DARE - Dezvoltarea Antreprenorială Responsabilă prin Economie socială

ID: 308924

METODOLOGIE DE IDENTIFICARE, RECRUTARE ȘI MENȚINERE A GRUPULUI ȚINTĂ

CUPRINS:

1.	CADRUL GENERAL.....	3
2.	PRINCIPII DE BAZĂ	5
3.	BAZA LEGALĂ	6
4.	PROFILUL GRUPULUI ȚINTĂ.....	7
5.	MODALITATEA DE IDENTIFICARE A GRUPULUI ȚINTĂ	12
6.	MODALITATEA DE INFORMARE A GRUPULUI ȚINTĂ	14
7.	SELECȚIA ȘI RECRUTAREA GRUPULUI ȚINTĂ	17
8.	MODALITATEA DE IMPLICARE A GRUPULUI ȚINTĂ	20
9.	ELEMENTE DE ATRAGERE, MOTIVARE ȘI MENȚINERE A GRUPULUI ȚINTĂ	22
10.	EFECTELE BENEFICE ALE INTERVENȚIILOR PROPUSE.....	24

1. CADRUL GENERAL

Prezenta metodologie a fost elaborată în perioada de planificare a proiectului cu titlul „**DARE - Dezvoltarea Antreprenorială Responsabilă prin Economie socială**” depus în parteneriat între OTP CONSULTING ROMANIA SRL (Solicitant) și ASOCIATIA DE CONSULTANTA SI CONSILIERE ECONOMICO SOCIALA OLTENIA (Partener) în cadrul Programului Educație și Ocupare 2021 - 2027, apel „Sprijin pentru înființarea de întreprinderi sociale în mediul urban”, urmând ca în etapa de implementare a proiectului să fie revizuită, completată și finalizată, după caz.

Scopul elaborării prezentei Metodologii este asigurarea unui **cadru unitar pentru identificarea, recrutarea, selecția și menținerea în proiect** a unui număr total de **140 de persoane care doresc să înființeze întreprinderi sociale în mediul urban**, care reprezintă grupul țintă al proiectului.

Informații despre proiect:

Obiectivul general al proiectului îl constituie încurajarea spiritului antreprenorial și generarea unui număr de min. 24 de afaceri sociale în mediul urban din regiunile Nord-Vest și Centru, prin *măsurile de promovare a culturii antreprenoriale, prin *sesiuni de formare specifică și prin *acordarea de subvenții, persoanelor care doresc să-și înființeze o întreprindere socială.

Obiectivele specifice sunt:

OS1: Promovarea antreprenoriatului social și creșterea gradului de informare a cel puțin 300 de persoane privind oportunitățile din domeniul economiei sociale din regiunile Nord-Vest și Centru, în vederea selecției a cel puțin 140 persoane dintre aceștia, prin intermediul unei Campanii specifice (online și offline) timp de 8 luni.

OS2: Dezvoltarea spiritului antreprenorial în rândul a 140 de persoane prin furnizarea unui program de formare, prin selecția a 24 planuri de afaceri și prin furnizarea de servicii personalizate de consiliere pentru 24 viitori antreprenori sociali în mediul urban din regiunile Nord-Vest și Centru.

OS3: Sprijinirea inițiativelor antreprenoriale prin acordarea de granturi, în vederea funcționării a 24 de afaceri sociale și a creării și menținerii a cel puțin 144 noi locuri de muncă, în mediul urban din regiunile Nord-Vest și Centru.

În cadrul proiectului vor fi realizate **următoarele activități:**

1(AP) ETAPA 1: SPRIJIN PENTRU ÎNFIINȚAREA DE NOI ÎNTREPRINDERI SOCIALE

- 1.1. Informarea publicului țintă
- 1.2. Selecția grupului țintă
- 1.3. Organizarea și derularea programelor de formare antreprenorială
- 1.4. Selecția planurilor de afaceri
- 1.5. Furnizarea serviciilor personalizate de consiliere
- 1.6. Asigurarea înființării și demarării funcționării întreprinderilor.

2(AP) ETAPA 2: IMPLEMENTAREA PLANURILOR DE AFACERI ȘI MONITORIZAREA FUNCȚIONĂRII ÎNTREPRINDERILOR SOCIALE

- 2.1. Decontarea subvențiilor de minimis
- 2.2. Monitorizarea funcționării și dezvoltării entităților de economie socială finanțate

3(AT) MANAGEMENTUL DE PROIECT

- 3.1. Activități de management. Coordonarea și monitorizarea proiectului.

4(AT) INFORMARE ȘI PUBLICITATE

- 4.1. Informare și publicitate

Indicatorii asumați în proiect sunt:

Indicator		Total propus
EECO01	Număr total de participanți	140
5SO06	Locuri de muncă create	144
5SR01	Participanți care au finalizat formarea cu certificat / care au participat la schimb de bune practici / instruiți	130
5SR05	Locuri de muncă nou create, ocupate la 6 luni de la finalizarea intervenției	137

2. PRINCIPII DE BAZĂ

- (1) **Transparență:** Procesul de identificare, recrutare, selecție și menținere a grupului țintă are la bază reguli și proceduri clar stabilite și neechivoce, toți participanții în proiect fiind informați în timp util, în mod corect, complet și clar, informațiile fiind accesibile tuturor categoriilor de grup țintă, atât în etapa de identificare și recrutare, cât și în etapele ulterioare.
- (2) **Egalitatea de șanse și nediscriminare:** Toate persoanele candidate vor fi tratate în mod egal, fiind interzisă orice formă de discriminare pe criterii de rasă, naționalitate, etnie, limbă, religie, categorie socială, convingeri, sex, orientare sexuală, vârstă, handicap, boală cronică necontagioasă, infectare HIV, apartenență la o categorie defavorizată, precum și orice alt criteriu care are ca scop sau efect restrângerea, înlăturarea recunoașterii, folosinței sau exercitării, în condiții de egalitate, a drepturilor omului și a libertăților fundamentale sau a drepturilor recunoscute de lege, în domeniul politic, economic, social și cultural sau în orice alte domenii ale vieții publice. Se va utiliza un limbaj adecvat în comunicarea cu potențialii membri ai grupului țintă, precum și cu cei care vor face parte din grupul țintă, fiind evitate stereotipurile.
- (3) **Echidistanță:** Dosarele de candidatură vor fi evaluate în mod imparțial, pe baza criteriilor stabilite prin prezenta metodologie.
- (4) **Accesibilitate:** Pentru a asigura persoanelor cu dizabilități posibilitatea să trăiască independent și să participe pe deplin la toate aspectele vieții, se va asigura acestor persoane accesul, în condiții de egalitate cu ceilalți, la mediul fizic, la informație și mijloace de comunicare, inclusiv la tehnologiile și sistemele informatice și de comunicații și la alte facilități și servicii.

3. BAZA LEGALĂ

Prezenta metodologie s-a întocmit în conformitate cu cadrul legal în vigoare aplicabil, respectând următoarele **documente**:

- (1) Ghidul Solicitantului Condiții Generale aferente Programului Educație și Ocupare 2021-2027
- (2) Ghidul Solicitantului Condiții Specifice aferent apelului competitiv „Sprijin pentru înființarea de întreprinderi sociale în mediul urban”, lansat de Autoritatea de Management pentru Programului Educație și Ocupare 2021 - 2027, inclusiv anexele acestuia
- (3) Cererea de finanțare cu titlul „**DARE - Dezvoltarea Antreprenorială Responsabilă prin Economie socială**”, inclusiv anexele acesteia.

În etapa de implementare a proiectului cadrul legal aplicabil se completează cu Contractul de finanțare încheiat între Solicitant și AMPEO/OI.

4. PROFILUL GRUPULUI ȚINTĂ

Grupul țintă al proiectului este format din **140 de persoane** care doresc să înființeze ÎS în mediul urban și îndeplinesc cumulativ condițiile:

- a. se încadrează într-una dintre următoarele categorii: persoane aflate în căutarea unui loc de muncă, tineri cu vârsta de peste 30 ani, șomeri, șomeri de lungă, persoane din grupuri dezavantajate pe piața muncii, persoane inactive;
- b. intenționează să înființeze o întreprindere socială în mediul urban, în regiunile de implementare (Nord-Vest și Centru);
- c. își au domiciliul într-unul din jud. din reg. de implementare Nord-Vest și Centru;
- d. au minim studii medii, cu sau fără diplomă de bacalaureat (condiție obligatorie pentru participarea la cursul de formare);
- e. nu sunt incluse în grupul țintă al unui alt proiect finanțat în cadrul apelului PEO SES URBAN;
- f. nu au mai participat la un alt curs de Antreprenor în economia socială co-finanțat din fonduri nerambursabile;
- g. își manifestă acordul cu privire la utilizarea datelor cu caracter personal, completând un document în acest sens, în etapa de selecție (sub-activ. 1.2). În prealabil, în etapa de informare (sub-activ. 1.1), Solicitantul și Partenerul vor informa publicul țintă cu privire la obligativitatea de a furniza datele lor personale și despre faptul că datele lor personale vor fi prelucrate în aplicațiile electronice SMIS/MySMIS, în toate fazele de evaluare/ contractare/ implementare/ sustenabilitate a proiectului, cu respectarea dispozițiilor legale menționate.

Persoanele din categoria „**persoane aflate în căutarea unui loc de muncă**” nu se vor afla în situația de a ocupa un loc de muncă / nu vor fi angajați/ nu vor avea raporturi de serviciu, la data includerii în grupul țintă al proiectului.

Tinerii cu vârsta de peste 30 de ani vor respecta, din punct de vedere al vârstei prevederile în acest sens ale Legii tinerilor nr. 350/2006, conform căreia prin tineri se înțeleg cetățenii cu vârsta până în 35 de ani.

Grupurile dezavantajate pe piața muncii, cf. Strategiei Naționale pentru ocuparea forței de muncă 2021 - 2027, sunt formate din persoane cu nivel scăzut de instruire, din persoane cu

dizabilități, persoane din comunități supuse riscului de excluziune socială, persoane din zone rurale, persoane eliberate din detenție, tineri post instituționalizați, șomeri cu nivel redus de competențe, persoane cu vârsta peste 50 ani, persoane reîntoarse în țară.

Nu am stabilit asumări valorice pentru categoriile de grup țintă de la **pct a.**, deoarece **asumările de ordin cantitativ ar putea avea efecte contraproductive** în ceea ce privește selecția grupului țintă, putând conduce la situații în care să fie implicate în proiect, persoane aparținând unei sub-categorii, doar pentru a respecta ponderile asumate, indiferent de dorința reală de a lansa o afacere socială și de gradul de motivație.

De asemenea, **nu am abordat doar anumite sub-categorii dintre cele prevăzute la pct. a.** pentru a **nu discrimina și pentru a permite accesul egal** tuturor celor interesați să se înscrie în proiect, cu respectarea condițiilor indicate anterior. Mai ales că, prin instrumentele campaniei de informare, vor fi vizate și alte categorii de persoane decât cele pre-informate prin aplicarea chestionarului, tocmai pentru a disemina în mod echidistant și transparent informația despre oportunitățile antreprenoriale în rândul unui public mai larg.

Astfel, grupul țintă vizat va fi selectat din rândul persoanelor informate pe durata Campaniei și / sau persoane participante la evenimentele de informare online și offline (sub-activ 1.1).

Pentru a **crește șansele de reușită a procesului de informare**, Liderul (OTP CONSULTING ROMANIA SRL) are acoperire la nivel multi-regional (având birouri în Cluj-Napoca, Oradea, Satu Mare și Miercurea Ciuc), precum și o bază logistică/materială și experiență similară în realizarea de acțiuni de recrutare a grupului țintă, în proiecte dedicate sprijinirii antreprenoriatului (conform celor prezentate în Nota justificativă privind valoarea adăugată a parteneriatului), inclusiv

Pentru a **crește șansele de reușită a procesului de selecție**, Partenerul implicat (ASOCIATIA DE CONSULTANTA SI CONSILIERE ECONOMICO SOCIALA OLTENIA) are experienta in implementarea a peste 20 proiecte (RICOP, PHARE si FSE) de peste 10 ani (conform celor prezentate în Nota justificativă privind valoarea adăugată a parteneriatului); proiecte ce au vizat diverse categorii de public țintă (persoanele vulnerabile, someri, persoane aflate in cautarea unui loc de munca, dar si pentru angajati, elevi/student), ceea ce se dovedește util pentru realizarea demersurilor de informare și consiliere de care este responsabil partenerul în cadrul proiectului.

În faza de pregătire a proiectului, a fost realizat și aplicat un **chestionar preliminar** (bază pentru analiza de nevoi și pentru definirea profilului și delimitarea nevoilor grupului țintă). Chestionarul a fost completat de 98 de persoane din regiunile de implementare (acestea reprezintă 70% din grupul țintă asumat).

Din perspectiva geografică, delimitarea categoriilor de respondenți la chestionarul preliminar evidențiază următoarele: predomină interesul din partea respondenților ce provin din regiunea Centru cu 64 de respondenți (adică 65,31%) în timp ce 34 de respondenți (adică 34,69%) provin din regiunea Nord-Vest.

Din perspectiva repartizării pe sexe, 33 bărbați (33,67%) și 65 femei (66,33%) au completat chestionarul preliminar. În acest context am prevăzut faptul că min. 40% din grupul țintă al proiectului va fi reprezentat de femei.

Referitor la **categoriile de vârstă** în care se încadrează cei **98 de respondenți**, ponderea cea mai mare o are **categoria 25-30 de ani (36,73%)**, urmată de categoria de vârstă **18-24 de ani (într-o proporție de 43,88%)**.

Din perspectiva încadrării potențialului antreprenor în categoriile vizate de ghid: 27,55% dintre respondenți sunt persoane aflate în căutarea unui loc de muncă; aprox. 17% fac parte din grupuri de persoane dezavantajate și/sau persoane inactive; aprox. 18% sunt șomeri, inclusiv șomeri de lungă durată etc.

Pentru a putea înțelege mai bine care este **profilul persoanelor interesate de a-și deschide o întreprindere socială în mediul urban**, în urma aplicării chestionarului am identificat faptul că: cei mai mulți dintre respondenți (50,00%) au studii superioare finalizate 42,86% au studii medii finalizate și 7,14% sunt fără studii medii finalizate.

Referitor la **studiile/cursurile deținute de respondenți, în domeniul în care își doresc să își deschidă afacerea**, se înregistrează un echilibru perfect **50% dintre aceștia au studii/cursuri în domeniu** și 50% nu dețin până la acest moment nici studii și nici cursuri specifice.

Un alt aspect important de menționat privind **profilul grupului țintă**, face referire la **experiența profesională sau practică avută**, în domeniul în care își doresc să își deschidă **afacerile sociale**. Astfel, se constată că, **53,06%** susțin că au experiență fie practică, fie profesională și **46,94%** dintre respondenți nu au niciun fel de experiență în domeniu.

Din punct de vedere a datelor colectate prin aplicarea chestionarului de nevoie, **profilul viitorului antreprenor social este:** persoană cu vârsta între 25 - 30 ani (preponderent de sex feminin), cu domiciliul în reg. Centru care deține studii superioare și/sau experiență în domeniul viitoarei afaceri sociale.

În **ANALIZA DE NEVOI**, în cap. 7 CHESTIONAR PRIVIND ANTREPRENORIATUL SOCIAL ÎN MEDIUL URBAN, am detaliat și reprezentant grafic informațiile ce țin de profilul și interesul grupului țintă privind participarea în proiect și înființarea unei afaceri sociale.

Concluzionând, toate cele **140 persoane** vor participa la susținerea programului de formare profesională pentru „Antreprenor în economie socială”, iar min. 24 dintre aceștia vor fi selectați în cadrul concursului de selecție planuri de afaceri și vor crea 24 de entități sociale, finanțate prin schema de minimis, în cadrul căroră vor asigura 144 locuri de muncă; angajații având domiciliul în mediul urban sau rural din regiunile de implementare și având unul dintre următoarele statuate pe piața muncii: persoane aflate în căutarea unui loc de munca, tineri cu vârsta de peste 30 ani, șomeri, șomeri de lungă durată, persoane din grupuri dezavantajate pe piața muncii, persoane inactive.

La nivelul proiectului, **40% dintre membrii grupului țintă vor fi femei**, iar **5 planuri de afaceri** selectate în cadrul concursului vor fi **depuse / inițiate de către femei**.

Prin activitățile sale (descrise pe scurt în paragraful anterior), proiectul contribuie la atingerea următorilor indicatori, așa cum aceștia sunt incluși în cererea de finanțare:

- ✓ **EECO01** Număr total de participanți: 140 pers.
- ✓ **5SR01** Participanți care au finalizat formarea cu certificat / care au participat la schimb de bune practici / instruiri: 130 pers. (93%).
- ✓ **5SO06** Locuri de muncă create: 144 pers.
- ✓ **5SR05** Locuri de muncă nou create, ocupate la 6 luni de la finalizarea intervenției: 137 pers. (95,05% din locurile de muncă create).

Prin INTERVENȚIILE (formare și consiliere antreprenorială, sprijin și finanțare pentru lansarea unei afaceri sociale) și INDICATORII asumați, proiectul contribuie la îndeplinirea obiectivelor Strategiei Naționale privind incluziunea socială și reducerea sărăciei pentru perioada 2022-2027 (cu privire la economia socială și la alte măsuri ale strategiei), precum și a obiectivelor Strategiei Naționale pentru Ocuparea Forței de Muncă 2021-2027.

5. MODALITATEA DE IDENTIFICARE A GRUPULUI ȚINTĂ

Pentru identificarea corespunzătoare a grupului țintă, organizațiile partenere au întreprins / au prevăzut următoarele elemente:

- (1) În faza de elaborare a proiectului, **a fost dezvoltat și aplicat online un chestionar preliminar de nevoi** pentru a identifica interesul publicului țintă și pentru a realiza o bază inițială cu grupul țintă. Astfel, **proiectul are deja o bază consistentă de 98 persoane** public țintă care și-au manifestat interes în participarea la viitoarele activități; de ex. 78,57% dintre respondenții la chestionar au declarat că își doresc/intenționează să își deschidă o afacere socială în mediul urban; ceea ce reprezintă un plus pentru proiect, pentru că a identificat interes / spirit antreprenorial în rândul acestor persoane, iar, prin implicarea în cadrul proiectului, își vor dezvolta și competențele practice specifice gestionării unei afaceri sociale.
- (2) **Alegerea regiunilor de implementare** din cadrul cărora se va selecta grupul țintă s-a realizat având în vedere rolul și expertiza Liderului (OTP CONSULTING ROMÂNIA) în inițiative similare, baza materială a acestuia precum și cele 3 birouri regionale în reg. Nord Vest, și 1 birou în reg. Centru. De altfel, din răspunsurile la chestionar se poate observa faptul că reg. Centru a reușit să mobilizeze un nr. mai mare de persoane potențial grup țintă; de ex: **64 de respondenți** provin din regiunea **Centru (65,31%)**; iar județele preferate ale respondenților în vederea înființării unei afaceri sociale sunt **Harghita (46,94%)**, urmat, în ordine descrescătoare, de județele **Cluj (13,27%)**, **Bihor (7,14%)**, **Satu Mare (7,14%)**, **Mureș (6,12%)**.
- (3) În cadrul proiectului, vor fi încheiate **11 acorduri de parteneriat cu 11 organizații reprezentative din regiunile de implementare** (1 Asociație a Femeilor Manager; 1 Incubator / Hub dedicat start-up-urilor; 2 Camere de Comerț și Industrie Județene; 2 AJOFM-uri; 2 SES-uri gestionate de femei; 1 Asociație de tineri; 1 Centru social care derulează activități cu persoane defavorizate; 1 Instituție financiar-bancară/non-bancară). Acestea vor fi utile pentru: *diseminarea materialelor tipărite în rândul categoriilor de public țintă (de ex. pliante/ broșuri în spațiile AJOFM; CCI etc); *atragera de „role model” - mentori/antreprenori de succes - care participă la evenimentele offline de informare; *notorietatea „role model-ului” va crește interesul publicului țintă

de a afla mai multe informații despre proiect și de a interacționa cu acești antreprenori sociali, care reprezintă o sursă de cunoștințe și expertiză (necesare pentru orice persoană interesată de începerea unei activități independente în domeniul social).

- (4) Identificarea grupului țintă va fi realizată și prin **intermediul Campaniei online și radio** - prevăzute în proiect. Din experiența proiectelor anterioare, campaniile online bine structurate și adaptate la profilul GT (geografic, vârstă, categorie socială / activitate profesională), atrag în medie 40% din grupul țintă al proiectului pentru că are un efect de multiplicare: de ex. o postare despre proiect este vizualizată de către o persoană care o transmite unui prieten sau cunoștințe ce se găsește în situația indicată în postare. După finalizarea primelor grupe de curs, vor fi publicate pe canalele social media ale Campaniei de informare, testimoniale ale absolvenților, care conving / atrag alte persoane interesate de antreprenoriatul social. La rândul lor, cursanții împărtășesc experiența formativă în grupurile de prieteni, cunoștințe, etc și pot îndruma alte persoane să înscrie în proiect.
- (5) **Cele 7 evenimente offline din cadrul Campaniei de informare** vor avea rolul de a convinge persoanele indecise și de a identifica grup țintă din alte categorii vizate prin proiect (care nu sunt prezente în mediul online / care nu pot fi abordate sau informate prin canale online sau radio). Evenimentele vor fi realizate în comunități urbane din reg. de implementare; persoanele indecise pot afla mai multe despre procedura de înscriere în proiect, despre beneficiile antreprenoriatului social în ceea ce privește depășirea situației de vulnerabilitate sau pentru asigurarea unei stabilități financiare, pot interacționa cu antreprenori de succes.
- (6) Vor fi întreprinse și alte **activități specifice de identificare/atragere grup țintă** (14 evenimente online, distribuire de materiale de informare etc.).
- (7) În ceea ce privește identificarea grupului țintă al proiectului, organizațiile partenere au avut în vedere și următoarele: **experiențele anterioare în gestionare de scheme de minimis în cadrul apelurilor România Start Up Plus, Diaspora Start Up, Viitor pentru Tineri NEETs II, Innotech STUDENT etc.** (proiecte în cadrul cărora și-au asumat și realizat indicatorii de grup țintă - identificat, selectat și instruit).

6. MODALITATEA DE INFORMARE A GRUPULUI ȚINTĂ

Informarea grupului țintă se va realiza prin intermediul **acțiunilor online și offline prevăzute în cadrul sub-activ. 1.1.** În acest sens, se va implementa timp **de 8 luni, o Campanie de informare**, în cadrul căreia vor fi prezentate elementele specifice ale proiectului: *participarea la un program de formare în domeniul antreprenoriatului social; *posibilitatea accesării unei scheme de finanțare de max. 87.500 euro pentru dezvoltarea unei afaceri sociale în mediul urban (ca un factor motivațional de atragere și de menținere a grupului țintă în proiect); *prezentarea principalelor condiții, riscuri și obligații ce decurg din obținerea finanțării.

Informarea / conștientizarea va acționa în două sensuri: a) teritorial, prin efectuarea de deplasări de către membrii echipei de proiect, în vederea organizării de evenimente offline și dezvoltării de parteneriate; b) în mediul online, prin realizarea unei campanii de promovare prin intermediul rețelelor de socializare etc.

Concret, informarea grupului țintă se va realiza:

- (1) Prin intermediul **serviciilor de promovare media online** (componenta pagina social media și crearea unei comunități online în jurul proiectului, cât și spațiu publicitar online pentru postări relevante. Serviciile se vor adresa publicului țintă din regiunile de implementare, în vederea identificării și atragerii celor care se încadrează în categoriile vizate (persoane aflate în căutarea unui loc de muncă, tineri cu vârsta de peste 30 ani, șomeri, șomeri de lungă durată, persoane din grupuri dezavantajate pe piața muncii, persoane inactive). Vor fi create și administrate 2 pagini de social media, prin intermediul cărora vor fi realizate campanii plătite și diseminate peste 100 de postări, etc. Campanie online este un instrument eficient și rapid de a disemina informația în timp real în rândul grupului țintă; mai mult, prin intermediul grupurilor de discuții din cadrul social media, accesul la informație este extins și către alte categorii de public țintă.
- (2) Prin intermediul unui **spot radio difuzat** timp de 4 luni, pe o stație radio cu acoperire la nivelul regiunilor de implementare. Spotul radio va avea o durată de min. 30 secunde, va fi difuzat de luni până vineri, în medie de 2 ori/zi; totalizând 160 difuzări/stație radio.

- (3) Prin **diseminarea a 500 de materiale de informare** (100 de broșuri, 300 de pliante și 100 de afișe A3), care vor fi distribuite în cadrul evenimentelor offline și vor fi distribuite în colaborare cu alte entități relevante pentru atragerea grupului țintă (camere de comerț județene, AJOFM, AJPIS, furnizori de servicii sociale, direcții de asistență socială și a autorități publice locale etc.).
- (4) Prin organizarea a **7 evenimente offline** cu titlul „Ateliere de mobilizare comunitară”. Fiecare eveniment va avea o durată de min. 8 ore și vor fi estimativ 40 participanți per eveniment. Evenimentele vor asigura interacțiunea față-în-față cu potențialii membri ai GT și vor contribui la diseminarea informațiilor în vederea luării de decizii optime privind participarea în proiect. Rețeaua de parteneri, colaboratori locali și județeni, precum și expertiza din proiectele anterioare, implicit baza materială din regiunile de implementare sunt elemente care vor înlesni organizarea evenimentelor offline și atragerea publicului țintă.
- (5) Prin **organizarea de întâlniri / webinarii pe platforme tip ZOOM.us**. Acestea pot fi în organizate cu mai mulți membrii sau individual (din rândul respondenților la chestionarul preliminar) și vor servi în special pentru clarificarea aspectelor ce țin de participarea în proiect. În medie, 2 sesiuni de comunicare online/lună, începând din L2 (cf sub-activ. 1.1).

BENEFICIILE CONCRETE ALE ACȚIUNILOR DE INFORMARE ONLINE/OFFLINE:

- (1) promovarea inițiativei antreprenoriale și a factorilor care au puterea de a stimula antreprenoriatul social;
- (2) educația antreprenorială și creșterea nivelului de informații despre potențialul antreprenorial al domeniului de economie socială;
- (3) dobândirea de competente și abilități de către viitorul antreprenor de întreprindere socială;
- (4) accesul la surse de finanțare;
- (5) informații transparente și coerente despre mediul de business (taxe și alte bariere administrative).

Având în vedere faptul că probabilitatea de a deveni antreprenor de întreprindere socială depinde de nivelul de susținere pe care noile entități sociale îl vor primi (fie că este vorba de

acces la finanțare, parteneri sau oportunități neexploatate încă în domeniul social), proiectul propune un pachet de activități de diseminare menite să stârnească interesul pentru a iniția o afacere proprie în domeniul economiei sociale, urmate de activități menite să dezvolte abilitățile și competențele unui antreprenor de întreprindere socială, necesare pentru a porni la drum pe cont propriu. Astfel, parteneriatul va contribui la creșterea pe termen lung a numărului de antreprenori de întreprinderi sociale din societatea românească. Expertiza Liderului și Partenerului în servicii de consiliere, consultanță și management pentru mediul de business, va fi pe deplin necesară pentru promovarea unor principii economice solide în rândul celor care doresc să dezvolte o întreprindere socială.

Toate acțiunile de informare se vor realiza cu respectarea egalității de șanse, de gen, de tratament și în mod nediscriminatoriu. Principiile aplicate pe durata măsurilor de informare:

- Transparența - informațiile din cadrul proiectului trebuie să circule cu rapiditate, astfel încât să permită receptarea tuturor informațiilor importante și utile pentru atingerea obiectivelor propuse;
- Constanta - furnizarea în mod constant a informațiilor utile grupului țintă în scopul fidelizării acestuia;
- Flexibilitate - adaptare rapidă la semnalele venite din mediul extern;
- Eficiența - utilizarea optimă a resurselor în vederea atingerii impactului maxim;
- Unitate - oferirea unui mesaj coerent și unitar.

Informarea publică, utilizând diverse instrumente specifice, are în vedere:

- Crearea unei atitudini favorabile despre economia socială în cadrul publicului / grupului țintă vizat, din reg. de implementare.
- Adaptarea și utilizarea instrumentelor specifice de informare și comunicare la configurațiile organizaționale, mecanismele decizionale și caracteristicile grupului țintă în vederea maximizării impactului proiectului.
- Dezvoltarea unui comportament al publicului/grupului țintă care să suscite interesul pentru documentare și acțiune în vederea inițierii de noi întreprinderi sociale.

Campania va conduce la sensibilizarea / creșterea gradului de conștientizare asupra importanței economiei sociale, asupra importanței asimilării cunoștințelor în cadrul sesiunilor de formare propuse, a sesiunilor de consiliere oferite cu scopul „construirii” unor

antreprenori sociali de succes și asupra impactului pe care întreprinderile sociale îl au asupra dezvoltării sustenabile a comunităților urbane, inclusiv prin crearea de noi locuri de muncă pentru categoriile defavorizate și prin realizarea de servicii / produse care îndeplinesc mai bine nevoile specifice ale comunităților abordate.

Pornind de la premisa că formarea ca antreprenor al unei întreprinderi sociale este diferită față de educația academică tradițională și presupune sădirea unor aspirații și atitudini unice, dezvoltarea unor abilitați de lider, rezistența la stres, asumarea unor riscuri, cunoștințe în domenii variate, parteneriatul VA PROMOVA AVANTAJELE ce vor fi oferite grupului țintă prin implementarea de: sesiuni de training, evenimente și competiții adresate potențialilor antreprenori de întreprinderi sociale, sesiuni de consiliere și informare despre oportunitățile de finanțare existente, networking pentru transferul de know how și promovarea continuă a modelelor de succes și a motivelor corecte pentru a fi antreprenor de întreprindere socială.

7. SELECȚIA ȘI RECRUTAREA GRUPULUI ȚINTĂ

Membrii grupului țintă vor fi **recrutați și selectați** dintre **persoanele identificate** ca urmare a **acțiunilor de informare și pre-înscrise** din cadrul sub-activ. 1.1. Vor fi selectate în total **140 de persoane** (*persoane aflate în căutarea unui loc de muncă, tineri cu vârsta de peste 30 ani, șomeri, șomeri de lungă durată, persoane din grupuri dezavantajate pe piața muncii, persoane inactive*), care doresc să înființeze întreprinderi sociale în mediul urban.

Procesul de recrutare / selecție a persoanelor din grupul țintă se va derula în baza unei METODOLOGII elaborate în cadrul sub-activ. 1.2 și diseminate pe durata Campaniei de informare (sub-activ. 1.1). Metodologia va preciza minim următoarele:

- cerințe minime participant;
- modalitate de înscriere;
- etape / durată procedură de înscriere;
- criterii minime de selecție;
- responsabilitățile și beneficiile participantului.

Etapele procedurii:

- lansarea apelului de selecție; apelul va fi deschis din L2 până în L8;

- contactarea persoanelor pre-înscrise în cadrul sub-activ. 1.1;
- depunerea dosarelor de înscriere de către interesați; dosarele se vor transmite prin email sau prin poștă sau se vor depune personal la sediul de proiect;
- evaluarea dosarului: durată medie 5 zile (în funcție de volum);
- solicitarea de completări la dosarul de înscriere, după caz;
- comunicarea rezultatelor / statusul dosarului: prin email și telefonic;
- realizarea registrului de GT, cu persoanele ale căror dosare au fost declarate conforme;
- înscrierea celor /selectați în grupa de formare.

Criterii de selecție:

- îndeplinirea condițiilor minime de apartenență la grupul țintă;
- opțiunea aleasă privind perioada de susținere a cursurilor (încurajează înscrierea cât mai rapidă pentru a prinde un loc în primele grupe de instruire).

Apartenența la grupul țintă:

- A.1: Candidatul face parte din categoria de GT vizată de proiect: persoane aflate în căutarea unui loc de muncă, tineri cu vârstă de peste 30 ani, șomeri, șomeri de lungă durată, persoane din grupuri dezavantajate pe piața muncii, persoane inactive.
- A.2: Candidatul are domiciliul într-unul din județele din reg. de implementare: NV și Centru.
- A.3: Candidatul intenționează să înființeze o întreprindere socială în mediul urban, în reg. de implementare (NV și Centru).
- A.4: Candidatul are minim studii medii, cu sau fără diploma de bacalaureat (condiție obligatorie pentru participarea la cursul de Antreprenor în economia socială).
- A.5: Candidatul nu a mai participat la un alt curs de Antreprenor în economia socială co-finanțat din fonduri nerambursabile.
- A.6: Candidatul nu este inclus în GT-ul altui proiect PEO SES urban.
- A.7: Candidatul este de acord cu utilizarea și prelucrarea datelor personale furnizate prin documentele de înscriere (FGT-uri, declarații etc).

Documente solicitate: candidatul prezintă un dosar complet de apartenență la grupul țintă:

- Documente de identitate (copie CI / buletin / certificat căsătorie);

- Document justificativ privind nivelul de studii (adeverință de studii pentru 12 clase sau diploma de bacalaureat);
- Cerere de participare la proiect + intenție privind înființarea unei întreprinderi sociale;
- Formular de înregistrare în grupul țintă;
- Declarație pe propria răspundere si/sau documente doveditoare privind încadrarea în categoriile eligibile de GT;
- Formular pe propria răspundere că nu a beneficiat / beneficiază de dublă finanțare;
- Acord / declarație cu privire la utilizarea datelor cu caracter personal GDPR;
- Alte documente solicitate ulterior de AM.

Cele 140 de persoane grup țintă care vor participa la cursurile de antreprenoriat social vor fi selectate din cadrul celor 300 de persoane pre-înscrise (sub-activ 1.1). În etapa de informare (1.1), expertul responsabil va asigura suport pentru pre-înscrierea candidaților, colectând, după caz, formularul și explicând modul de completare al acestora.

În etapa de selecție (1.2) expertul responsabil va contacta persoanele pre-înscrise pentru a oferi informații și clarificări despre procesul de selecție, cursurile de antreprenoriat social și etapele ulterioare, inclusiv condițiile obținerii finanțării, implicit pentru a verifica eligibilitatea, angajamentul, motivația și disponibilitatea persoanei de a participa la curs și în activitățile următoare. Ulterior, persoanele interesate vor transmite dosarele de înscriere (format tipărit / digital), iar expertul va realiza verificarea / validarea acestora sau, după caz, va solicita completări.

MODALITATEA DE SELECȚIE: Selecția se va realiza după principiul „primul venit, primul servit”, în limita locurilor maxime asigurate pentru programul de formare (min. 140 cursanți), verificându-se respectarea / îndeplinirea condițiilor detaliate anterior (structura de grup țintă și dosarul de înscriere). În baza calendarului prestabilit pentru cursurile de formare și în urma validării dosarelor, candidații eligibili vor fi împărțiți în grupe de cursanți în funcție de disponibilitatea lor. Se va acorda prioritate candidaților care confirmă / optează pentru înscrierea la grupa de curs organizată în perioada imediat următoare sesiunii de selecție.

Metodologia și rezultatele selecție vor fi publice prin intermediul platformelor de social-media și a site-urilor partenerilor. Se va asigura acces egal și în mod nediscriminatoriu tuturor

persoanelor care îndeplinesc cerințele minime referitoare la grupul țintă, în limita locurilor existente pe proiect. Prin procedura de selecție, se va urmări ca în total 140 persoane (dintre care min. 40% femei) să participe la sub-activ. (1.3) - programul de formare profesională „Antreprenor în economie socială”. De asemenea, având în vedere probabilitatea de retragere/abandon din partea unor persoane selectate (fie după selecție, fie după inițierea sesiunilor de formare), partenerii vor urmări identificarea și selecția unui nr. mai mare de participanți, alcătuind după caz, o listă de rezervă a grupului țintă.

8. MODALITATEA DE IMPLICARE A GRUPULUI ȚINTĂ

Grupul țintă, în număr de 140 de persoane, **va participa la cursuri de formare profesională** în domeniul „Antreprenor în economie socială” (sub-activ. 1.3). Aceștia vor fi împărțiți în est. 10 grupe de circa 14 persoane, în funcție de criterii precum disponibilitate privind susținerea cursului, etc. Cursul va avea o durată de 40 de ore și va fi susținut online în conformitate cu Metodologia de formare și examinare descrisă în cadrul sub-activ. 1.3. **La finalul programului de formare, cursanții vor elabora un plan de afacere și vor susține un test grilă.** Recomandările formulate de către lectori pe baza planurilor de afaceri verificate, pentru partea practică, vor fi comunicate cursanților, în vederea îmbunătățirii planurilor pentru aplicarea în cadrul concursului de selecție PA. La finalul cursului, participanții își vor îmbunătăți abilitățile antreprenoriale prin **dobândirea următoarelor competențe:**

- **Elaborarea unui plan de afaceri:** identificarea nevoii sociale; identificarea oportunității de pe piață, testarea și alegerea ideii de afaceri; stabilirea de obiective sociale și formularea misiunii sociale; analiza mediului extern de piață; planificarea strategică și prioritizarea investițiilor;
- **Gestionarea unei afaceri și managementul resurselor:** constituirea afacerii, administrarea documentelor; selecția personalului; gestionarea resurselor (umane, materiale, financiare); evaluarea personalului/resurselor; coordonarea activităților sociale; monitorizarea implementării planului social; revizuirea nevoilor sociale și a intervențiilor; gestionarea resurselor financiare - previzionare venituri și cheltuieli, flux de numerar etc.
- **Promovarea antreprenoriatului social:** promovarea modelului de afacere socială;
- **Comunicarea și marketingul afacerii sociale:** dezvoltarea de parteneriate și de relații contractuale; promovarea produselor și serviciilor afacerii sociale; vânzarea produselor/serviciilor.

- Gestionarea riscurilor și adaptabilitatea la inovare și schimbare.
- Competențe transversale legate de temele orizontale/temele secundare vizate prin proiect.

În etapa de concurs, cursanții interesați vor intra cu planurile de afaceri în competiția pentru obținerea finanțării (sub-activ. 1.4), organizata în baza unei metodologii descrise în cadrul secțiunii destinate detalierii activității.

Documentele de concurs solicitate:

- copii acte de identitate + acord GDPR;
- adeverință / certificat de absolvire curs „Antreprenor în economia socială”;
- declarație de angajament privind participarea la sub-activ 1.5 și 1.6;
- declarație de angajament privind obținerea atestatului de întreprindere socială în max. 4 luni de la finalizarea etapei I.;
- declarație de angajament privind crearea locurilor de muncă (min. 6) în max. 4 luni de la finalizarea etapei I și privind menținerea acestora pe toată durata de implementare + 13 luni sustenabilitate (după finalizarea proiectului);
- declarație de angajament privind disponibilitatea / asigurarea contribuției proprii în cuantumul prevăzut în bugetul planului de afaceri;
- plan de afaceri + buget.

În urma aplicării metodologiei, se vor finanța cel puțin 24 de planuri de afaceri, dintre care 5 depuse de femei (descrierea metodologiei de selecție și evaluare a planurilor de afaceri se realizează în secțiunea destinată detalierii sub-activității 1.4). Partenerii vor lua toate demersurile pentru a garanta protecția datelor celor care se înscriu în concurs și confidențialitatea informațiilor (cf. politica GDPR).

În cazul în care vor fi antreprenori care se vor retrage după selecție sau care nu vor demara activitățile următoare - consiliere / înființare întreprindere socială - vor fi contactați antreprenorii de pe lista de rezervă (5 planuri de afaceri prevăzute pe lista de rezervă, în ordinea descrescătoare a punctajului), asigurându-se astfel îndeplinirea indicatorilor asumați prin proiect.

Cele 24 de persoane vor beneficia de servicii personalizate de consiliere (1.5) pentru implementarea planului de afaceri (implicit privind antreprenoriatul social) și îndrumare pentru înființarea întreprinderilor sociale și demararea activității (1.6). Ulterior înființării

entităților sociale (1.6) **se vor semna contractele de subvenție** cu antreprenorii, acestea având valoarea solicitată prin intermediul planurilor de afaceri (precizând în mod concret valoarea subvenției și valoarea contribuției proprii).

În următoarele 18 luni, antreprenorii își vor pune în aplicare planul de afaceri primind inițial max. 50% din subvenția de minimis pentru care au semnat contractul (sub-activ. 2.1), dacă vor dovedi că au inițiat demersurile pentru dobândirea atestatului de întreprindere socială. Aceștia vor fi monitorizați constant de experții responsabili (sub-activ. 2.2), iar dacă angajează nr. de persoane asumat prin plan (min. 6), în termenul indicat prin contractul de subvenție, vor primi tranșa II de subvenție de max. 30% din valoarea ajutorului de minimis, urmând a beneficia de tranșa finală de subvenție doar dacă fac dovada depunerii integrale a contribuției proprii în cuantumul asumat planul de afaceri și punctat în etapa de evaluare. De asemenea, vor fi monitorizați cu privire la obținerea atestatului de întreprindere socială în max. 4 luni de la finalizarea etapei I de proiect și cu privire la menținerea locurilor de muncă conform celor detaliate în cadrul sub-activ. 2.2.

Nu în ultimul rând, în următoarele 13 luni după finalizarea proiectului, partenerii vor continua măsurile de monitorizare și sprijin în vederea asigurării sustenabilității celor 24 de întreprinderi sociale și a menținerii locurilor de muncă create (nr. angajați, normă, salariu). Aceste măsuri sunt descrise la secțiunea „Caracter durabil”.

9. ELEMENTE DE ATRAGERE, MOTIVARE ȘI MENȚINERE A GRUPULUI ȚINTĂ

Proiectul își propune să mențină atenția și dorința de implicare a persoanelor din grupul țintă, la un nivel cât mai ridicat pe toată perioada derulării activităților. Astfel, prin intermediul proiectului, vor fi asigurate următoarele mecanisme de atragere, motivare și menținere în proiect:

- (1) **Conștientizarea cât mai clară, în etapa de identificare, a tuturor drepturilor și obligațiilor** care rezultă din înscrierea și participarea la proiect, inclusiv a tuturor beneficiilor aduse de proiect = **sub-activ. (1.1)**;
- (2) **Utilizarea de instrumente de înscriere / participare online** (informații / dosare transmise pe email); se reduce timpul dedicat depunerii fizice a documentelor, care de regulă

descurajează tinerii; comunicarea periodică cu persoanele care au depus dosare de înscriere, pentru a-i informa cu privire la statusul dosarului și asigurarea de suport în vederea completării acestuia = **sub-activ. (1.1), (1.2);**

- (3) Susținerea unor **sesiuni de formare antreprenorială adaptate nivelului grupei** de cursanți; asigurarea disponibilității suportului de curs în format digital; **realizarea cursurilor online** încurajând astfel prezența participanților și eliminând bariere legate de transport / cost deplasare / distanță; asigurarea unei subvenții de 200 lei/curs pentru fiecare absolvent; posibilitatea de a obține un certificat de absolvire recunoscut la nivel național = **sub-activ. (1.3);**
- (4) **Metodologiile de selectare** a GT, a planurilor de afaceri, a desfășurării serviciilor de consiliere, cât și a celor de monitorizare vor include **elemente specifice de motivare;**
- (5) Acces la un **concurs de selecție planuri de afaceri** = **sub-activ. (1.4);** participanții vor fi stimulați să fie competitivi, să își dorească să fie printre cele 24 de persoane care vor primi grantul pentru înființarea afacerii și să participe activ și implicați la toate activitățile proiectului;
- (6) **Facilitarea unor întâlniri și discuții cu alți antreprenori / antreprenori sociali**, cu alte persoane care au accesat o finanțare nerambursabilă pentru lansarea propriei afaceri, prin ședințele de consiliere grup = **sub-activ. (1.5);**
- (7) Acordarea unei **finanțări de max. 87.500 euro** pentru implementarea planului de afaceri selectat = **sub-activ. (2.1).**

GRUPUL ȚINTĂ DIN PROIECT VA OBȚINE:

- (1) Informații despre oportunitatea începerii și pașii necesari dezvoltării unei afaceri sociale în mediul urban (sub-activ. 1.1 și 1.3);
- (2) Cunoștințe și abilități fundamentale privind antreprenoriatul de tipul: idei de afaceri fezabile, atragerea de clienți, aspecte contabile, financiare și legislative legate de funcționarea întreprinderilor, modalitate de stabilire și definire a misiunii sociale și a obiectivelor sociale, etc. (sub-activ 1.3);
- (3) Consiliere antreprenorială pentru inițierea de afaceri sociale în mediul urban (sub-activ 1.5);
- (4) Finanțare nerambursabilă de max. 87.500 euro pentru demararea afacerii și acoperirea cheltuielilor de funcționare pentru max. 18 luni (sub-activ 2.1);
- (5) Suport specializat pe parcursul a 18 luni pentru a monitoriza modul în care întreprinderile sociale își respectă angajamentele și obiectivele fixate în planul de afaceri (sub-activ 2.2);
- (6) Acces la un set de instrumente de sprijin în perioada de sustenabilitate (timp de 13 luni după finalizarea proiectului).

10. EFECTELE BENEFICE ALE INTERVENȚIILOR PROPUSE

Economia socială are capacitatea de a găsi soluții noi, inovatoare unor probleme socio-economice sau de mediu, cu care se confruntă comunitățile urbane din reg. Nord-Vest și Centru și intervine pentru satisfacerea nevoilor membrilor comunității, nevoi care sunt ignorate sau insuficient acoperite de sectorul public sau privat.

Astfel, Rezoluția Parlamentului European din 6 iulie 2022 privind adoptarea Planului de acțiune al UE pentru economia socială (2021/2179(INI)), insistă asupra faptului că economia socială reprezintă un pilon important pentru reducerea disparităților sociale intra/inter regionale, pt facilitarea incluziunii sociale (în special pentru grupurile defavorizate) și pentru dezvoltarea de activități economice sustenabile și ancorate la nivel local. Același document

prezintă economia socială drept un instrument util în rezolvarea provocărilor urbane. Potrivit Comisiei Europene, economia socială constituie o componentă esențială a pieței economice UE și un motor pentru punerea în aplicare a Pilonului european al drepturilor sociale și a obiectivelor sale.

Iar proiectul corespunde acestei viziuni UE, pentru că încurajează și susține antreprenoriatul social ca soluție pentru reducerea disparităților economice și sociale și pentru revigorarea zonelor urbane, din regiunile de implementare, mai ales prin includerea comunităților marginalizate pe piața muncii. Astfel, prin intervențiile sale proiectul are o serie de efecte benefice.

Aceste beneficii **SUNT ADUSE STRICT DE IMPLEMENTAREA PROIECTULUI** constituind în același timp **ELEMENTE DE VALOARE ADAUGATA**, acestea fiind elementele pe care proiectul le aduce în plus, față de situația deja existentă.

- (1) **Creșterea nivelului de informare a populației privind rolul esențial al economiei sociale pentru dezvoltarea sustenabilă a mediului urban**, din regiunile de implementare. Campania de informare (sub-activ. 1.1) atrage atenția asupra potențialului pe care economia socială îl are în ceea ce privește asigurarea bunăstării și reducerea sărăciei din mediul urban, din reg. NV și Centru; prin mesajele de informare și evenimentele online și offline, se urmărește conștientizarea și familiarizarea populației cu acest domeniu, relativ nou, economia socială: ce reprezintă, ce actori sunt implicați, ce beneficii / ce obligații legale atrage, ce tipuri de entități sociale se pot înființa, care sunt diferențele dintre acestea, în ce domenii economice pot activa, ce grupuri de persoane defavorizate pot ajuta, cum se formulează misiunea socială / cum se stabilesc și se ating obiectivele sociale etc.

Conform raportului **Comitetului Economic și Social European din 2017** cu titlul „Evoluții recente ale economiei sociale în Uniunea Europeană”, România este una dintre țările în care conceptul de economie socială se bucură de un nivel moderat de recunoaștere; conceptul de economie socială coexistând cu alte concepte, precum sectorul non-profit, sectorul voluntariatului și sectorul întreprinderilor sociale. Raportul marchează un progres în ceea ce privește evoluția sectorului economiei sociale în România, având în vedere că în 2014-2015, aceasta era catalogată, la nivelul CESE, ca o țară în care conceptul de economie socială este puțin sau deloc cunoscut. Dar, în același timp, Raportul subliniază faptul că sunt necesare mai multe intervenții, pentru a atinge

nivelul Franței, Spaniei, Portugaliei, acolo unde conceptul de economie socială se bucură de cea mai mare recunoaștere de către autoritățile publice și în lumea academică și științifică, precum și în sectorul economiei în sine. Raportul CESE din 2017 identifică și un set de *bariere* în calea dezvoltării acestui sector, printre care: lipsa de cunoaștere și de înțelegere a conceptului de economie socială, de întreprinderi sociale și a altor concepte conexe, în societate, în debaterile publice și în mediul academic. Iar aceasta reprezintă o barieră foarte importantă pentru țările UE din Europa de Est. (nu există alte surse mai recente care să furnizeze date despre statusul României la nivel de UE în ceea ce privește dezvoltarea sectorului de economie socială).

Vizibilitatea scăzută a economiei sociale în mass-media din România și în statisticile naționale este legată de această lipsă de cunoaștere și de înțelegere (de altfel un aspect evidențiat și în GSCS SES Urban, unul dintre obiectivele PEO / Priorității 4 / ESO4.1 fiind acela de a certifica faptul că economia socială este un model de reziliență ce continuă să se dezvolte, iar acest lucru poate fi încurajat printr-o populație informată și implicată în economia socială). Din cercetarea întreprinsă pentru realizarea analizei de nevoi, am constatat lipsa unor baze de date actualizate, a unor statistici oficiale actuale la nivel de 2023 și a unor date fiabile privind întreprinderile sociale sau economia socială, din România, pe regiuni de dezvoltare; implicit lipsa unor articole relevante în presă care să prezinte studii sau analize realizate de mediul privat / ONG privind sectorul economiei sociale. În afară de Raportul CESE 2017, la nivel național, AJOFM / ANOFM prin Registrul unic (luna iunie 2023) furnizează informații despre domeniul economiei sociale; dar aceste informații sunt mult prea succinte, o parte din informații lipsesc sau nu sunt culese/colectate similar (nu pot fi analizate etc). O analiză a evoluției și sustenabilității sectorului economiei sociale (în special a întreprinderilor finanțate prin fonduri nerambursabile) este oferită la nivelul anului 2017 de către NESsT în Raportul „Sustenabilitatea financiară a întreprinderilor sociale din România” (dar la fel, datele nu sunt actualizate). De asemenea, nici la nivel european situația nu diferă pentru că nu există statistici comune care să evidențieze concret numărul actorilor implicați în economia socială, numărul de angajați (din ce categorii socio-profesionale), sectoarele economice preponderent abordate în cadrul misiunii sociale etc. (ca atare, am utilizat diferitele rapoarte / rezoluții ale CE / PE cu privire la implementarea Planului european de acțiune pentru economie socială 2021 - 2027). Ca atare, campania de informare și evenimentele din cadrul acesteia vin să răspundă la una din principalele probleme cu care se confruntă domeniul - aceea legată

de vizibilitate, cunoaștere, înțelegere. Și contribuie, pe termen scurt și mediu, la creșterea interesului populației față de domeniul economiei sociale.

- (2) **Creșterea nivelului de pregătire și motivare antreprenorială**, în rândul persoanelor din mediul urban din regiunile de implementare, interesate de lansarea unei afaceri pe cont propriu. În schimb, interesul în această direcție nu este suficient pentru demararea propriei afaceri. Conform unui studiu local realizat de iVOX7 la începutul lunii martie 2019, la nivel național, se arată că antreprenoriatul este privit ca o oportunitate pentru carieră - 1 din 2 români ar dori să devină antreprenori. De asemenea, un studiu ejobs realizat în septembrie 2019 a arătat că 46% dintre români văd antreprenoriatul sau freelancing-ul ca o alternativă de carieră ideală. Dar, în practică, foarte puțini dintre cei interesați își fac curaj și își creează propria afacere; de ex. cf datelor ONRC și Ziarul Financiar.ro, în 2022, au fost înființate 152.000 companii. Una dintre principalele bariere sau temeri cu care se confruntă potențialii antreprenori este: lipsa competențelor specifice / de management care să permită persoanei respective să își asume acest risc antreprenorial. Conform răspunsurilor furnizate la chestionarul preliminar (și prezentate în Analiza de nevoi), 50% dintre respondenți au declarat că nu au studii în domeniul în care doresc să își realizeze afacerea și 46,94% nu dețin experiență profesională sau practică anterioară în domeniul viitoarei afaceri; în același timp, 91,84% dintre respondenții la chestionar consideră extrem de importantă participarea la un curs de formare în domeniul antreprenoriatului social, pentru lansarea viitoarei afaceri. Altă barieră identificată de către potențialii antreprenori - peste 71,43% - a fost aceea legată de lipsa capitalului financiar/finanțării pentru demararea afacerii. Prin activitățile sale, proiectul răspunde acestor două provocări și pregătește 140 de persoane în domeniul antreprenoriatului și asigură acces la o finanțare de max. 87.500 euro/plan afaceri, generând beneficii concrete pentru persoanele cu spirit antreprenorial. De altfel, conform studiului „Barometrul economiei sociale în România” din 2022, creșterea semnificativă a numărului de întreprinderi sociale de la 14 în 2019, la 519 în 2020 și la 2.514 în 2021 este relaționată de accesul la scheme de finanțare nerambursabilă în cadrul POCU 2014 - 2020. În paralel, Rapoartele CE / PE din iunie 2022 referitor la planul de acțiune al UE pentru economia socială recunosc importanța unor programe educaționale și de formare în domeniul antreprenoriatului social; iar proiectul asigură acces gratuit la un astfel de program de formare nivel specializare pentru „Antreprenor în economie socială” (curs autorizat

ANC, cu o durată de 40 ore). Zona urbană favorizează apariția de noi întreprinderi, dar este un mediu antreprenorial vulnerabil, ce depinde în egală măsură de factori externi (infrastructura locală, mediul social, mediul economic, mediul cultural, etc.), cât și de factori interni (capacitatea, aptitudinile, competențele antreprenorului). Dacă factorii externi sunt dependenți de intervenții strategice, de la nivel central (autorități publice, primării etc), factorii interni sunt cei asupra cărora proiectul poate interveni, prin **furnizarea programului de formare „Antreprenor în economia socială”, pentru 140 pers din regiunile de implementare; acestea dobândesc un certificat recunoscut la nivel național și un set de competențe cheie privind managementul și gestiunea unei afaceri sociale.**

- (3) **Creșterea oportunităților de angajare în mediul urban** în comunitatea de proveniență, prin cele 24 de întreprinderi sociale care vor angaja min. 144 persoane (din categorii defavorizate etc). Pentru a evidenția impactul proiectului asupra pieței forței de muncă de la nivel multi-regional, în Analiza de nevoie, a fost analizat și comparat un set de indicatori. Astfel, din prisma gradului de ocupare a resurselor de muncă, conform datelor INS în 2022, rata de ocupare plasează regiunea Nord-Vest pe locul 3 (68,90%), fiind surclasată de regiunea Centru cu o rată de ocupare de 71,50%. În același timp, rata șomajului BIM a fost de 5,6% în reg. Nord-Vest și 5,4% în reg. Centru (INS 2022). Tot în 2022, existau la nivel național 39.538 persoane din mediul urban descurajate în a mai căuta un loc de muncă și 5.343.000 persoane inactive din mediu urban (adică 49,93% din valoarea la nivel național), dintre care peste 50% femei (datele nu sunt disponibile la nivel regional). Analizând rata riscului de sărăcie sau excluziune socială, se observă că regiunea Centru se plasează pe locul cinci la nivel național (30,16% din populație care se află cel puțin într-una dintre situațiile: *au venituri disponibile inferioare pragului de sărăcie; *sunt în stare de deprivare materială și socială severă; *trăiesc într-o gospodărie cu intensitate foarte redusă a muncii), în timp ce Nord-Vest deține cea mai scăzută rată de sărăcie (25,8%). La nivel național, rata riscului de sărăcie se situează peste media europeană (RO - 34,4%, în timp ce UE27 - 21,7% - INS 2022), iar principalele categorii supuse riscului sărăcie / excluziune socială sunt persoanele neocupate (42,5%), iar dintre aceștia cei mai afectați sunt șomerii (64,9% din totalul persoanelor neocupate). În acest context multi-regional, **noile locuri de muncă create prin proiect se dovedesc a fi extrem de necesare pentru forța de muncă locală și pentru menținerea**

acesteia în comunitate (inclusiv, pentru reducerea riscului de migrație către orașe mai mari sau în străinătate).

- (4) **Creșterea motivației** în rândul persoanelor inactive / șomere / dezavantajate pe piața muncii și **creșterea stimei de sine**, prin obținerea unui loc de muncă, care să creeze **premisele stabilității financiare** și să îi fie util în dobândirea de cunoștințe, abilități, competențe specifice unei ocupații. În lucrul cu persoane aparținând categoriilor vulnerabile, cele mai puternice obstacole sunt constituite de status-quo-ul cu care acestea s-au obișnuit, fiind convinși în mare parte că este imposibil pentru ei să își depășească limitele personale și profesionale și să devină, ca persoane, mai mult decât statusul social cu care s-au identificat. De asemenea, un alt factor cu impact negativ asupra schimbării comportamentelor persoanelor care se auto-identifică a fi vulnerabile și în spargerea cercului sărăciei este lipsa încrederii în abilitățile și competențele proprii. Prin inserția socio-profesională a min. 144 persoane (tineri între 30 - 35 ani, persoane dezavantajate pe piața muncii, șomeri, persoane inactive etc) proiectul elimină o parte dintre aceste obstacole. Având o calificare și o minimă experiență profesională (dobândită timp de 18 luni în întreprinderea socială), deja **angajatul capătă încredere în abilitățile proprii, are mai multe șanse să rămână activ pe piața muncii, inclusiv să își găsească un alt loc de muncă**, după caz. De altfel, conform Registrului Unic de Evidență a Întreprinderilor Sociale, în iunie 2023, la nivelul celor 2.623 întreprinderi sociale active, existau 6.648 angajați, dintre care 560 angajați din grupurile vulnerabile. Proiectul continuă **această practică și intervine pentru creșterea șanselor de inserție profesională** a șomerilor, persoanelor inactive, a persoanelor defavorizate, etc.
- (5) **Creșterea sentimentului de stimă de sine și a încrederii că poate evolua profesional** (ieșirea din cercul vicios al inactivității și al sărăciei). Creșterea ratei de ocupare și integrarea pe piața muncii a unor categorii de persoane inactive apte de muncă, inclusiv prin încurajarea antreprenoriatului feminin. Cele 24 întreprinderi sociale vor angaja 144 persoane având unul din următoarele statute pe piața muncii: persoane aflate în căutarea unui loc de muncă, șomeri, șomeri de lungă durată, persoane din grupuri dezavantajate pe piața muncii, persoane inactive. Cele 24 de întreprinderi sociale își vor defini, prin planul de afaceri, o misiune socială și un set de obiective sociale care să răspundă provocărilor locale; iar prin intermediul unor activități concrete cu specific

social și prin gama de produse/servicii oferite, vor interveni în comunitățile de proveniență, în vederea unei mai bune satisfaceri a nevoilor sociale, economice și de mediu.

- (6) **Rezolvarea unor probleme socio-economice și de mediu**, cu care se confruntă comunitățile locale din regiunile de proiect, prin intervențiile și misiunea socială asumată de către cele 24 de întreprinderi finanțate prin proiect. **Intervine pentru adoptarea unor modele de lucru și de comportament bazate pe respectarea egalității de șanse și a nediscriminării**, bazate pe utilizarea eficientă a resurselor în special din prisma impactului asupra mediului, bazate pe tranziție verde și digitalizare; modele și principii care vor fi integrate de către cele 24 întreprinderi sociale, în misiunea socială. Conform Registrului Unic de Evidență a Întreprinderilor Sociale, la nivelul lunii iunie 2022, în România existau un număr de 2.623 de entități sociale. Dintre acestea, 327 de entități sociale sunt localizate în regiunea Nord-Vest (cele mai slab reprezentate județe fiind Bistrița Năsăud cu 6 întreprinderi sociale, Sălaj cu 10 entități sociale și Satu Mare cu 15 întreprinderi sociale, iar la polul opus se situează jud. Maramureș cu 163 structuri de economie socială). În regiunea Centru sunt 597 de entități de economie socială cu județul Alba în topul județelor cu cele mai numeroase întreprinderi sociale (313) sugerând un climat favorabil pentru dezvoltarea și funcționarea acestor tipuri de întreprinderi în regiunile de implementare ale proiectului DARE.
- (7) **Îmbunătățirea accesului a 24 de antreprenori la informații și consiliere privind antreprenoriatul social**. Prin sub-activ 1.5 se intervine în acest sens, iar prin instrumentele de sustenabilitate prevăzute, proiectul asigură suport și monitorizare antreprenorilor sociali, după finalizarea implementării. De altfel, din analiza rezultatelor chestionarului preliminar a reieșit faptul că 79,60% dintre respondenți consideră că au nevoie de sprijin antreprenorial prin sesiuni de consiliere.
- (8) **Pune la dispoziția celor 24 de afaceri sociale din mediul urban, un set de instrumente utile pe perioada de sustenabilitate**, transferând din expertiza și experiențele anterioare în materie de start up-uri; instrumente care acoperă mai multe paliere, precum: acces la resurse financiare; acces la expertiză; rețea de mentori și antreprenori etc. Pentru ca cele 24 de întreprinderi sociale să continue să producă un impact în comunitățile locale, ele trebuie să reziste pe piață după finalizarea

proiectului și să se auto-susțină din propriile venituri/încasări. De aceea, în cadrul proiectului am prevăzut activități concrete de pregătire a antreprenorilor sociali și de susținere, inclusiv în perioada de sustenabilitate, pentru a ne asigura că intervențiile sociale și rolul întreprinderilor sociale în comunitate nu se încheie o dată cu finalizarea proiectului.

- (9) **Valorificarea potențialului local prin stimularea și sprijinirea inițiativelor de antreprenariat social și a structurilor de economie socială**, care presupune nu doar identificarea de soluții care să urmărească un scop economic, dar și modalități care să abordeze în mod creativ și sustenabil soluționarea problemelor complexe cu care se confruntă spațiul urban.
- (10) **Dezvoltarea mediului antreprenorial local și regional** prin realizarea unor legături / conexiuni între mediul de afaceri existent și noii antreprenori sociali și parteneriate de sprijin a afacerilor sociale (cu camere de comerț, cu alte entități sociale, cu asociații profesionale). Încurajarea transferului de expertiză și resurse între aceștia.
- (11) **Stimularea mediului socio-economic și antreprenorial multi-regional**, prin noile întreprinderi sociale înființate și subvențiile acordate. **Susținerea activităților economice cu specific local**, contribuind direct la îmbunătățirea **calității vieții persoanelor** din GT și a membrilor comunităților unde vor activa întreprinderile sociale; piața muncii locală și regională va beneficia de o **dinamică și un impuls antreprenorial**, prin prisma noilor locuri de muncă create și a sprijinului financiar acordat pentru înființare de întreprinderi sociale.
- (12) **Creșterea nivelului de taxe și contribuții la bugetele locale** prin noile entități înființate și noile locuri de muncă/salarii plătite.