

Platforma pentru dezvoltarea Antreprenoriatului Social din Moldova

Strategia de Advocacy și Comunicare de Advocacy

2021 - 2023

CUPRINS

I. Cadrul General al Strategiei.....	2
II. Contextul Strategiei.....	3
III. Direcțiile prioritare și obiectivele Strategiei de Advocacy a Platformei pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului Social din Moldova	4
IV. Monitorizare și evaluare.....	11

Anexe

- 1.1. *Planul de acțiuni privind implementarea Strategiei de advocacy și comunicare de advocacy Platformei pentru dezvoltarea Antreprenoriatului Social din Moldova*

Lista de Acronime

1. APC - Administrația Publică Centrală
2. APL - Administrația Publică Locală
3. AO - Asociație Obștească
4. CALM –Congresul autorităților locale din Moldova
5. EuSEF - fondurile europene de antreprenoriat social
6. EaSI - Programul pentru ocuparea forței de muncă și inovare socială
7. IVAO - impozite pe venit din activitatea operațională
8. ÎS – Întreprindere Socială
9. ÎSI – Întreprindere Socială de Inserție
10. ODIMM - Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii
11. ONG – Organizație Non-Guvernamentale
12. PDAS - Platforma pentru dezvoltarea Antreprenoriatului Social din Moldova
13. PR – public relation / relații publice
14. RM – Republica Moldova
15. SIA - Acceleratorul de impact social

I. Cadrul General al Strategiei

O schimbare importantă în agenda politică a Comisiei Europene privind economia socială a avut loc în 2011, când Comisia a început să aplice „Inițiativa pentru antreprenoriatul social. Construirea unui ecosistem pentru promovarea întreprinderilor sociale în cadrul economiei și al inovării sociale”, care a inclus 11 acțiuni-cheie pe agenda politică a Comisiei Europene Pentru a crește interesul investitorilor privați în întreprinderile sociale, a fost aprobat Regulamentul nr.346/2013 privind fondurile europene de antreprenoriat social (EuSEF). Programul pentru ocuparea forței de muncă și inovare socială (EaSI) a fost de asemenea stabilit în colaborare cu alte inițiative financiare, precum Instrumentul de garantare EaSI, Componenta pentru investiții în consolidarea capacităților EaSI și Acceleratorul de impact social (SIA).

În Republica Moldova dezvoltarea întreprinderilor sociale a devenit o prioritate națională odată cu adoptarea de către Parlamentul Republicii Moldova a Strategiei pentru Dezvoltarea Societății Civile pentru anii 2012-2015 și a Planului de Acțiuni.¹

Pe 02 noiembrie 2017, Parlamentul Republicii Moldova a adoptat Legea privind modificarea și completarea unor acte legislative (Legea nr. 845/1992 cu privire la antreprenoriat și întreprinderi), prin care a fost reglementat legal domeniul Antreprenoriatului Social.

În conformitate cu prevederile art. 36 activitatea de antreprenoriat social este desfășurată de întreprinderi sociale și întreprinderi sociale de inserție. Statutul de întreprindere socială sau statutul de întreprindere socială de inserție se atribuie de Comisia Națională pentru Antreprenoriat Social, conform alin.3 al art. 36² al aceleiași legi.

În scopul executării modificărilor la Legea nr. 845/1992 cu privire la antreprenoriat și întreprinderi (Monitorul Parlamentului Republicii Moldova, 1994, nr. 2, art. 33), cu modificările și completările ulterioare, a fost aprobat prin Hotărârea nr. 1165/28.11.2018 Regulamentul de organizare și funcționare a Comisiei Naționale pentru Antreprenoriat Social și a listei genurilor de activitate ce constituie activități de antreprenoriat social.

În conformitate cu cadrul legal, activitatea de antreprenoriat social este orientată spre îmbunătățirea condițiilor de viață și oferirea de oportunități persoanelor din categoriile defavorizate ale populației prin consolidarea coeziunii economice și sociale, inclusiv la nivelul colectivităților locale, prin ocuparea forței de muncă, prin dezvoltarea serviciilor sociale în interesul comunității, prin creșterea incluziunii sociale

Antreprenoriatul social în Moldova se află în primele sale etape de dezvoltare și nu poate crește fără o serie de eforturi constante și susținute de toți actorii implicați. Pe lângă cadrul legislativ, este necesar să se inițieze măsuri concrete pentru crearea unui ecosistem favorabil dezvoltării: accesul la diferite instrumente de finanțare și piețe, structuri de sprijin pentru afaceri, dezvoltare resurse umane și cercetare, facilități fiscale și nefiscale diferențiate pe tipuri de întreprinderi sociale etc.²

Legislația prevede anumite facilități fiscale și nefiscale, care din păcate în realitate nu sunt implementate, pentru că nu au corespondent în legislația secundară de aplicare. De exemplu, deși Legea nr. 845/1992 stipulează că statul acordă facilități fiscale pentru dezvoltarea antreprenoriatului social conform Codului fiscal, în Codul fiscal nu sunt prevăzute facilități speciale pentru întreprinderi sociale și întreprinderi sociale de inserție.

Rămâne neclară situația în privința plății impozitului pe venit din activitatea operațională a ÎS și ÎSI. Nu există prevederi bine definite, dacă în privința ÎS și ÎSI se aplică prevederile capitolului 20 7¹ din Codul fiscal, impozitul pe venit din activitatea operațională (IVA0) fiind calculat în proporție de 4% din obiectul impunerii conform art.54³ din Codul Fiscal sau pe principii generale, adică 12% din obiectul impunerii.

¹ Raport de analiză "Cadru normativ privind antreprenoriatul social în Republica Moldova: constatări și recomandări" <http://www.antreprenoriatsocial.md/index.php?pag=news&id=1084&rid=1299&l=ro>

² http://www.antreprenoriatsocial.md/media/files/files/raport_de_analiza_antreprenoriat_social_0_2739266.pdf

Există practici când legislația fiscală prevedea regimuri prioritare fiscale pentru anumite categorii de întreprinderi (nou-create, create de tineri, create cu utilizarea tehnologiilor inovatorii etc.).

Dacă ținem cont de condiția stabilită pentru întreprinderea socială de inserție, de a avea angajați cel puțin 30% de persoane cu dizabilități sau din păturile defavorizate, trebuie examinate facilitățile la impozitare pentru aceste categorii de persoane, cum ar fi, de exemplu, diminuarea cotei impozitului pe venit până la 8 sau 6% în loc de 12%. Conform art.15 lit.a) din Codul fiscal, suma totală a impozitului pe venit pentru persoane fizice este determinată în mărime de 12% din venitul anual impozabil.

Persoanele angajate prin contract individual de muncă, persoanele aflate în raporturi de serviciu în bază de act administrativ sau prin alte tipuri de contracte civile în vederea executării de lucrări sau prestării de servicii, (indiferent de faptul muncesc acestea cu program deplin, parțial, au sau nu un oarecare grad de dizabilitate) se consideră persoane lucrătoare și sunt posibile asigurării sociale de stat.

Respectiv, angajatorul este obligat să calculeze și să achite pentru persoana angajată contribuții de asigurări sociale de stat în raport procentual cu salariul și alte recompense calculate acesteia, primele obligatorii de asigurare medicală. Totodată, în conformitate cu legislația în vigoare, sunt scutiți integral de plăți sociale și medicale doar persoanele cu dizabilități severe, accentuate ori medii, care sunt stabilite în calitate de plătitori ai sumelor fixe de contribuții de asigurări sociale de stat și sumelor fixe de prime de asigurări medicale de stat.

Astfel, ar putea fi elaborat un mecanism de corelare a facilităților fiscale pentru persoanele cu dizabilități angajate în ÎSI și impunerea fiscală a întreprinderii însăși, diminuând povara fiscală a acesteia.

Republica Moldova are premisele necesare pentru a dezvolta o cultură a antreprenoriatului social, prin investirea în resursele umane care activează în domeniu, adoptarea unor facilități fiscale și non-fiscale, menite să sprijine sectorul, crearea unor instrumente de finanțare, subvenționare, creditare, adaptate nevoilor, construirea unei piețe „prietenoase” și acordarea de contracte rezervate și un cadru legislativ eficient.

II. Contextul Strategiei

Strategia de advocacy și comunicare a PDAS a apărut ca o necesitate a stadiului actual de dezvoltare al Platformei. Acest document reflectă nevoile de relaționare ale PDAS cu alte platforme și rețele, organizații și instituții, cu autoritățile publice, cu factorii de decizie, implicate în activități de antreprenoriat social în care PDAS ar dori să fie reprezentantă, precum și cu alte organizații publice sau private cu care PDAS ar dori să interacționeze.

Această strategie se dorește a fi un instrument prin care Platforma să poată controla și planifica acțiunile sale în mediul public. De asemenea, prin setul de măsuri pe care îl prevede, Strategia de advocacy stabilește modalitățile optime prin care ar putea să influențeze factorii decizionali pentru ajustarea politicilor publice și a legilor care au impact asupra activității curente ale membrilor PDAS.

Strategia de Advocacy și Comunicare de Advocacy al PDAS fiind dezvoltată de Consiliul de Conducere ale Platformei și Secretariatul acesteia, dar poate fi extinsă pentru membri ai programelor PDAS și la alte organizații partenere.

Scopul Strategiei reprezintă stabilirea și dezvoltarea unor practici și acțiuni concrete privind demersurile de advocacy în promovarea antreprenoriatului social în Republica Moldova.

Strategia de Advocacy și Comunicare de Advocacy a PDAS vizează următoarele domenii strategice:

DOMENIUL DE ADVOCACY:

Tehnicile cele mai dese utilizate în cadrul campaniilor de persuadare a autorităților publice de către organizații sunt cele de lobby și advocacy.

Campaniile de advocacy pot fi campanii de advocacy cu acțiuni concrete îndreptate spre modificarea legilor și regulamentelor (elaborarea și modificarea politicilor publice) și campanii de advocacy care presupun sensibilizarea opiniei publice și implicarea ei în acțiuni de interes comun.

Astfel, PDAS și-a propus dezvoltarea și implementarea campaniilor de advocacy axate pe:

1. Dezvoltarea și promovarea unei culturi a antreprenoriatului social în rândul populației din Republica Moldova:
 - a. Promovarea impactului economic și social pe care îl generează întreprinderile sociale în comunitate;
 - b. Recunoașterea rolului pe care îl au întreprinderile sociale în crearea și păstrarea unor locuri de muncă de calitate
2. Crearea unui cadru normativ favorabil antreprenoriatului social și valorificarea potențialului acestui sector în dezvoltarea economică și socială
- c. Dezvoltarea unui pachet de facilități fiscale și non-fiscale de stimulare a sectorului de antreprenoriat social în valorificarea potențialului pe care îl au în dezvoltarea comunitară întreprinderile sociale.
3. Facilitarea accesului la piață și instrumente financiare specifice sectorului de antreprenoriat social din Republica Moldova:

DOMENIUL DEZVOLTAREA ORGANIZAȚIONALĂ

Platforma Antreprenoriatului socială este o platformă revitalizată, care este dedicată promovării antreprenoriatului social, dezvoltării altor domenii conexe antreprenoriatului social, precum și acordarea suportului membrilor Platformei prin schimburi de experiență și bune practici.

Misiunea PDAS: Organizațiile societății civile și întreprinderile sociale din Republica Moldova participă activ la elaborarea și desfășurarea acțiunilor de monitorizare a implementării politicilor publice din domeniul antreprenoriatului social.

Pentru implementarea campaniilor de advocacy, este nevoie de surse de finanțare. Sursele de finanțare ale Platformei la această etapă sunt în totalitate din fondurile donatorilor. Pe termen lung, Platforma își propune diversificarea surselor membrilor săi, prin atragerea lor din resurse publice, private și activitate economică.

La această etapă însă, organizația este focusată pe creșterea competențelor membrilor și secretariatului în advocacy, tehnici și metode de negociere, comunicare și comunicare în advocacy și scriere de proiecte pentru diversificarea resurselor financiare.

III. Direcțiile prioritare și obiectivele Strategiei de Advocacy a Platformei pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului Social din Moldova

Pentru implementarea demersurilor de advocacy este necesar să fie construit un parcurs clar, bazat pe planificarea activităților, în baza ciclului de advocacy, definind clar obiectivele și a rezultatelor propuse, stabilirea indicatorilor de monitorizare și evaluare, precum și a activităților corespunzătoare.

Demersurile de advocacy trebuie să se adapteze continuu necesităților curente ale Platformei și a nevoilor membrilor acesteia, folosind oportunitățile care apar și care răspund obiectivelor strategice ale Platformei.

Principalele direcții de activitate de advocacy și comunicare în cadrul PDAS sunt focusate pe influențarea factorilor de decizie, modificarea legislației pentru promovarea antreprenoriatului social în Republica Moldova, dezvoltarea și implementarea proiectelor la nivel național și local, etc.

Parteneriate și rețele: Schimbările în alianțe includ nivelul de coordonare, colaborare și aliniere între partenerii comunității și partenerii de implementare. Rezultatele legate de parteneriat includ numărul de parteneri care susțin problema, nivelul de colaborare, alinierea eforturilor de parteneriat, diversitatea parteneriatelor etc.

Grupul țintă vizat de Strategie sunt următoarele persoane:

- Secretariatul, membri și Consiliul de Conducere al Platformei;
- Voluntarii Platformei;
- Întreprinderile sociale și întreprinderile de inserție;
- Organizații necomerciale care promovează antreprenoriatul social
- Persoanele în dificultate în calitate de grup secundar vizat;
- Alte persoane interesate de dezvoltarea domeniului de economie socială.

Parteneri de advocacy: sunt membri ai societății civile care împărtășesc viziunea Platformei, cum ar fi ONG-uri locale și naționale și birouri naționale ale ONG-urilor internaționale, coalitii și rețele ale ONG-urilor, instituțiile academice și universitățile, mass-media, etc.

Pot fi folosite sinergii, iar capacitățile și procesele sunt întărite. Participarea la rețele oferă acces suplimentar la informații și resurse. Promovarea în parteneriat și prin intermediul rețelelor face ca vocea PDAS să fie mai puternică, iar impactul PDAS să fie mai puternic.

Schimbările în alianțe și parteneriate includ nivelul de coordonare, colaborare și aliniere între partenerii comunității și partenerii de implementare. Rezultatele legate de parteneriat includ numărul de parteneri care susțin problema, nivelul de colaborare, alinierea eforturilor de parteneriat, diversitatea parteneriatelor.

Beneficiarii, partenerii și comunitățile pot fi parteneri activi în domeniul advocacy. Ei trebuie să fie împuterniciți să înțeleagă, să analizeze și să pună la îndoială activitatea PDAS de advocacy. Prin advocacy, ei sunt încurajați să-și comunice interesele, să-și apere drepturile și să propună schimbări. Pentru a asigura participarea acestora, le facilităm accesul la informație, consolidarea capacităților și oportunități de participare și advocacy.

Parteneri

- a. ÎS și ÎSI
- b. SRL-uri
- c. ONG-uri
- d. Mass-media locală (TV, RADIO, Ziare, portaluri)
- e. Publicul larg: formatori de opinie din mass media și liderii civili, sectorul privat, mass-media, cetățenii Republicii Moldova.

Tehnici și instrumente utilizate la implementarea Strategiei de Comunicare și Advocacy

Cele mai utilizate tactici pe care Platforma le poate adopta sunt: comunicarea interpersonală, newsletter-ul, filme de prezentare, rapoarte de activitate, cuvântări, platforme de cooperare, evenimente speciale (conferințe, ateliere de lucru, adunări generale, întâlniri, etc.), comunicare de presă, emisiuni radio sau/și tv, dezvoltarea canalelor digitale de informare, fotografiile și activități interactive de advocacy, scrisori/demersuri, propuneri de inițieri a modificărilor de politici publice și/sau cadrului normativ în vigoare, schimb de experiență și utilizarea bunelor practici. Pot fi aplicate și alte instrumente în dependență de resursele umane și financiare disponibile în cadrul Platformei.

Analiza SWOT - mediul extern și intern

Analiza SWOT: Reflectă Punctele Forte și Punctele Slabe ale Strategiei de Comunicare și Advocacy în raport cu Oportunitățile și Riscurile din exterior care pot apărea în momentul implementării Strategiei sau ca efect al implementării acesteia.

Puncte tari	Oportunități
<ul style="list-style-type: none"> ● Platforma PDAS reprezintă o acoperire națională; ● Structură organizatorică funcțională; ● Membri motivați și dedicați pentru a sprijini dezvoltarea economiei sociale; ● 2 din 4 ÎS sau ÎSI cu statutul oficial în Moldova sunt membrii PDAS; ● Experiență în gestionarea proiectelor, în domeniul AS, elaborării de politici publice; ● Diferită experiența a membrilor și reprezentanților din Platforma; ● Personal pregătit în domeniul PR și comunicare; ● Pagina antreprenoriatsocial.md cunoscută și accesată/consultată constant de către actorii din domeniu; ● Pagina fb funcțională și urmărită de către actorii din domeniu; ● Existența parteneriatelor cu mass -media la nivel local și național; ● Corelarea intereselor Platformei cu cadrul legislativ și agendă politică. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Existența partenerilor la nivel național și internațional din domeniul Antreprenoriatului social gata să sprijine activitatea Platformei; ● Există suportul financiar pentru activitățile PDAS din partea donatorilor; ● Disponibilitatea instituțiilor de stat și a organizațiilor neguvernamentale pentru a colabora cu Platforma și a sprijini inițiativele de modificare a cadrului legal; ● Existența interesului din partea Comisiei Finanțelor pentru dezvoltarea domeniului de economie socială; ● Conturarea unor inițiative și tentative de implicare periodică sau permanentă în procesele de consultare publică a proiectelor de legi și a proiectelor de documente de politici publice, corelative intereselor promovate de PDAS; ● Cadru legal favorabil participării PDAS în procese decizionale, inclusiv deschidere din partea factorilor de decizie pentru adoptarea recomandărilor înaintate de PDAS; ● Interes sporit de la organizații/actori din alte țări față de cadrul legislativ din Moldova (fiind caz unic în țările Est-Europene).
Puncte slabe	Riscuri
<ul style="list-style-type: none"> ● Secretariatul Platformei are puțină experiență în domeniul de advocacy; ● Implicarea redusă a membrilor Platformei în activitatea Platformei din cauza suprasolicitarilor cu activitățile proprii; ● Implicare a redusă a membrilor Platformei în procesul de elaborare/monitorizare a politicilor publice; ● Număr mic de membri implicați în activitățile de advocacy. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Atractivitate redusă din partea societății civile/antreprenorilor pentru obținerea oficială a statutului de ÎS; ● Situație social-politică precară și schimbările dese ale factorilor de decizie; ● Rezistență din partea structurilor guvernamentale pentru conlucrare cu PDAS; ● Modificarea cadrului normativ și a politicilor publice fără consultarea cu societatea civilă; ● Modificări ale legislației care pot afecta activitatea ONG/ÎS; ● Restricțiile cauzate de pandemia COVID-19; ● Puțin timp pentru implementarea obiectivelor stabilitate; ● Scăderea interesului din partea sectorului asociativ pentru dezvoltarea domeniului de Antreprenoriat Social și în special pentru modificarea cadrului Legislativ.

OBIECTIVELE GENERALE ALE STRATEGIEI:

Obiectiv I: Elaborarea legislației secundare privind achizițiile publice de servicii sociale și specifice în baza Legii nr. 131/2015 privind achizițiile publice.

- a) A modifica Legea nr. 131/2015 privind achizițiile publice, în special art. 59 alin. (6) prin extinderea listei de servicii care ar putea fi rezervate achizițiilor pentru întreprinderile sociale.
- b) A elabora documentația standard și a procedurilor speciale privind achizițiile de servicii sociale și specifice în temeiul art. 46 lit. g) din Legea nr. 131/2015 privind achizițiile publice.
- c) A perfecționa din punct de vedere tehnic www.mtender.gov.md pentru a fi posibilă înregistrarea achizițiilor publice conform art. 46 lit. g) (achiziție în cazul serviciilor sociale și al altor servicii specifice) și art. 6 din Legea nr. 131/2015 privind achizițiile publice

Obiectiv II: Crearea alianțelor pentru înaintarea propunerilor legislative privind implementarea unui set de facilități fiscale și înlesniri pentru entități cu statul de întreprindere socială și întreprindere socială de inserție

- a) Stabilirea parteneriatelor cu alte alianțe, platforme și factori decizionali.
- b) Introducerea scutirii de la plata impozitului pe clădire și teren deținute de către întreprinderea socială și întreprinderea socială de inserție.
- c) Scutirea de impozit pe venit a întreprinderilor sociale și întreprinderea socială de inserție (să nu fie impozitate acele 90% de profit care se investește înapoi în dezvoltarea ÎS și/sau ÎS de inserție - (art.52 și 53 la Codul Fiscal));
- d) Modificarea Anexei a Legii Bugetului care prevede determinarea cuantumului minim al chiriei bunurilor proprietate publică: să introducem la litera d) punctul (1) să fie introdusă întreprindere socială și întreprindere socială de inserție.

Obiectiv III: Implementarea conceptului de investiții sociale în Republica Moldova

- a) Cartografierea legislației și practicilor existente în Republica Moldova privind investiții sociale

Obiectivul IV: Promovarea impactului economic și social pe care îl generează antreprenoriatul social în comunitate

- a) Susținerea activităților organizate în cadrul HUB-ului Antreprenorilor Sociali și altor actori ce contribuie la dezvoltarea sectorului,
- b) Organizarea și participarea activă în activitățile de promovare și informare din domeniul.

Analiza Stakeholderilor

Obiectiv	Target Cine este responsabil de rezolvarea problemei?	Target Cine sunt aliații?	Target Cine sunt oponentii?
Obiectiv 1: Elaborarea legislației secundare privind achizițiile publice de servicii sociale și specifice în baza Legii nr. 131/2015 privind achizițiile publice.	<ul style="list-style-type: none">• Dan Perciun - Șeful Comisiei protecției sociale (Parlamentul Republicii Moldova)• Dumitru Alaiba (Șef Comisiei Finanțelor)• Dorel Noroc (secretar de stat)	<ul style="list-style-type: none">• Delegația Uniunii Europene• Consiliul Economic al Prim-ministrului• Comisia Națională pentru antreprenoriat social• HUB-uri regionale / Smart HUB• ODIMM• Ambasada Austriei• EU4YOUTH program	<ul style="list-style-type: none">• Inspectoratul Fiscal• Ministerul Finanțelor• Agenția Proprietății Publice• CALM• Agenția de achiziții publice

	Ministerul Finanțelor) <ul style="list-style-type: none"> • Sergiu Gaibu (Ministru Economiei și Infrastructurii) • Cancelaria de Stat 		
Obiectiv 2: Crearea alianțelor pentru înaintarea propunerilor legislative privind implementarea unui set de facilități fiscale și înlesniri pentru entități cu statut de întreprindere socială și întreprindere socială de inserție	<ul style="list-style-type: none"> • Dan Perciun - Șeful Comisiei protecției sociale (Parlamentul Republicii Moldova) • Dumitru Alaiba (Șef Comisiei Finanțelor) • Dorel Noroc (secretar de stat Ministerul Finanțelor) • Sergiu Gaibu (Ministru Economiei și Infrastructurii) 	<ul style="list-style-type: none"> • Delegația Uniunii Europene • Consiliul Economic al Prim-ministrului • Comisia Națională pentru antreprenariat social • HUB-uri regionale / Smart HUB • ODIMM • Ambasada Austriei • EU4YOUTH program • ADV România • Rețeaua Leader (+ Solidarity Fund..) 	<ul style="list-style-type: none"> • Inspectoratul Fiscal • Ministerul Finanțelor • Agenția Proprietății Publice • CALM

Analiza puterii, interesului și influenței Stakeholderilor

Obiectivul I: Elaborarea legislației secundare privind achizițiile publice de servicii sociale și specifice în baza Legii nr. 131/2015 privind achizițiile publice.			
	Înalt	Mediu	Mic
Interesul în subiect	<ul style="list-style-type: none"> • Dan Perciun - Șeful Comisiei protecției sociale (Parlamentul Republicii Moldova) • Dumitru Alaiba (Șef Comisiei Finanțelor) • Comisia Națională pentru antreprenariat social • ADV România 	<ul style="list-style-type: none"> • Delegația Uniunii Europene • ODIMM • HUB-uri regionale / Smart HUB • Rețeaua Leader (+ Solidarity Fund..) 	<ul style="list-style-type: none"> • Dorel Noroc (secretar de stat Ministerul Finanțelor) • Sergiu Gaibu (Ministru Economiei și Infrastructurii) • Cancelaria de Stat • CALM • Agenția Proprietății Publice • Inspectoratul Fiscal
Nivelul de influență	<ul style="list-style-type: none"> • Dorel Noroc (secretar de stat Ministerul Finanțelor) • Sergiu Gaibu (Ministru Economiei și Infrastructurii) 	<ul style="list-style-type: none"> • Delegația Uniunii Europene • Agenția Proprietății Publice • Inspectoratul Fiscal 	<ul style="list-style-type: none"> • Consiliul Economic al Prim-ministrului • ODIMM • CALM • HUB-uri regionale / Smart HUB

	<ul style="list-style-type: none"> • Cancelaria de Stat 		<ul style="list-style-type: none"> • Rețeaua Leader (+ Solidarity Fund..) • ADV România
--	--	--	---

Analiza puterii, interesului și influenței Stakeholderilor

Obiectivul II: Crearea alianțelor pentru înaintarea propunerilor legislative privind implementarea unui set de facilități fiscale și înlesniri pentru entități cu statul de întreprindere socială și întreprindere socială de inserție			
	Înalt	Mediu	Mic
Interesul în subiect	<ul style="list-style-type: none"> • Dan Perciun - Șeful Comisiei protecției sociale (Parlamentul Republicii Moldova) • Dumitru Alaiba (Șef Comisiei Finanțelor) • Comisia Națională pentru antreprenariat social • ADV România 	<ul style="list-style-type: none"> • Delegația Uniunii Europene • ODIMM • HUB-uri regionale / Smart HUB • Rețeaua Leader (+ Solidarity Fund..) 	<ul style="list-style-type: none"> • Dorel Noroc (secretar de stat Ministerul Finanțelor) • Sergiu Gaibu (Ministru Economiei și Infrastructurii) • Cancelaria de Stat • CALM • Agenția Proprietății Publice • Inspectoratul Fiscal
Nivelul de influență	<ul style="list-style-type: none"> • Dorel Noroc (secretar de stat Ministerul Finanțelor) • Sergiu Gaibu (Ministru Economiei și Infrastructurii) 	<ul style="list-style-type: none"> • Delegația Uniunii Europene • Agenția Proprietății Publice • Inspectoratul Fiscal 	<ul style="list-style-type: none"> • Consiliul Economic al Prim-ministrului • ODIMM • CALM • HUB-uri regionale / Smart HUB • ADV România

COMUNICARE ÎN ADVOCACY

Scopul comunicării de advocacy este de a contribui la schimbarea paradigmatelor de gândire și comportament la nivel de societate, în mod special în cadrul grupurilor țintă de beneficiari și decidenți, a comunităților în care Platforma de Antreprenariat Social din Moldova și membrii acestei activează. În același timp, comunicarea externă, contribuie la informarea și împuternicirea deținătorilor de drepturi (beneficiarilor și membrilor PDAS), menține titularii de drepturi informați cu privire la drepturile lor și a căilor prin care își pot apăra drepturile și atinge obiectivele legale.

Obiectivele generale ale Strategiei în domeniu de comunicare sunt:

- creșterea vizibilității Platformei Antreprenoriatului Social la nivel regional (Sud, Nord, Centru), cât și național;
- creșterea vizibilității organizației în cadrul APL de nivel I și II, APC și Parlamentului Republicii Moldova;
- cooperarea cu autoritățile publice în vederea realizării obiectivelor organizației;
- creșterea vizibilității organizației pentru grupul țintă de beneficiari și publicului larg;

- informarea beneficiarilor organizației despre drepturile acestora;
- dezvoltarea comunicării interne, necesară unei activități eficiente;
- promovarea unei imagini pozitive a economiei sociale în raport cu mass-media, partenerii din cadrul societății civile și întregii societăți.

Strategia de comunicare și de advocacy al Platformei AS este structurată în comunicare internă și externă.

Comunicarea internă are ca obiectiv primordial consolidarea internă a Platformei și a echipei Secretariatului Platformei, formarea culturii interne a Platformei, realizarea comună a misiunii și strategiilor PDAS.

Comunicarea externă are drept scop formarea imaginii externe a organizației, extinderea parteneriatelor existente și construirea unor alianțe noi, atât cu instituțiile de stat, private și cu finanțatori, societatea civilă, mass media, beneficiarii finali ai PDAS, precum și publicul larg, cu scopul de a lărgi numărul susținătorilor direcți și indirecti.

Obiectivele generale a comunicării vor fi implementate prin intermediul următoarelor **obiective specifice**:

- promovarea unei culturi a comunicării transparente în cadrul Platformei pentru a facilita schimbul de informații;
- monitorizarea activităților APC și participarea la ședințe de lucru;
- informarea reprezentanților APC, Parlamentul Republicii Moldova precum și a celorlalți parteneri definiți ai Asociației, despre activitățile și prioritățile PDAS;
- informarea cetățenilor despre drepturile pe care le au prin intermediul evenimentelor publice, precum și prin intermediul platformelor digitale;
- construirea unui dialog continuu cu mass media locală și națională pentru a facilita informarea populației.

Canale de comunicare externă sunt:

- pagina web <https://antreprenoriatsocial.md/>
- pagini proprii pe rețele de socializare Twitter și Facebook
- poșta electronică a Secretariatului PDAS
- Influencerii parteneri ai PDAS
- Membrii PDAS și ÎS, ÎSI
- Canalele mass-media, cum ar fi www.moldova.org, www.youth.md, www.ea.md, www.unica.md youtube, newsmaker etc.

Pentru implementarea obiectivelor de advocacy, în funcție de activitățile specifice planificate, vor fi utilizate următoarele **instrumente de comunicare**:

- Documentul de poziție machetat
- Banner online
- Ședințe de lucru (Întâlniri) Procese verbale
- Evenimente (Tur virtual) Tur în cadrul întreprinderi sociale. Schimb de experiență cu întreprinderii Sociale -- de văzut care este mesajul principal
- Materiale printate (broșuri, pliante infografice), newsletter lunar și publicare de rapoarte tematice;

- presă: Comunicate de presă, editoriale, interviuri, comentarii, participări la emisiuni radio, TV, reportaje (dezvoltarea live-urilor pe fb și youtube) ș.a.
- Evenimente publice - seminare, traininguri, conferințe, discursuri publice, sesiuni de informare, dezbateri de tip Karl Popper, grupuri de lucru, conferințe de presă, întâlniri formale și informale cu mass-media și liderii de opinie, etc;
- Participarea la ședințe, întruniri, forumuri în calitate de participanți/ invitați/ organizatori alături de organizațiile și instituțiile partenere naționale și internaționale;
- Elaborarea de avize, petiții, scrisori deschise;
- Campanii de informare și sensibilizare prin intermediul radio, TV, internet.
- Elaborarea de spoturi video în vederea dezvoltarea campaniilor de informare.

IV. Monitorizare și evaluare

Prezenta strategie va fi implementată de către Secretariatul PDAS și membrii acesteia. Monitorizarea și evaluarea impactului prezentei Strategii se va efectua prin raportare anuală și la necesitate conform procedurii interne prestabilite de raportare.

Coordonarea procesului de implementare a Strategiei îi revine Președintelui și Secretariatului PDAS, iar implementarea strategiei o coordonează Secretariatul PDAS și membrii acesteia.

Planul de monitorizare va include următoarele componente:

- a) monitorizarea procesului de implementare a măsurilor prevăzute în Planul de acțiuni în baza indicatorilor Strategiei;
- b) caracterul executării;
- c) efectele implementării (economice, juridice, sociale, etc.);
- d) modul de implicare a responsabililor în executarea măsurilor prevăzute;
- e) cheltuielile financiare efectuate;
- f) termenele de implementare.

În planul de monitorizare se va indica sursa de informare. Informațiile vor conține date cu caracter calitativ (analiza consecințelor) și cantitativ (date statistice). Sursele informaționale pentru raportul consolidat vor fi oferite de membri și secretariatul Platformei PDAS, în dependență de domeniile de activitate ale acestora, care sunt implicați în procesul de implementare al Strategiei, de rezultatele studiilor și de rapoarte independente.

Instrumentul principal pentru monitorizare va fi *Planul de acțiuni al Strategiei de Comunicare și Advocacy 2022 - 2023 PDAS, subcapitolul Rezultatul obținut.*

Secretariatul Platformei va desfășura ședințe scurte trimestriale unde fiecare membru Consiliului de Conducere va raporta progresul și problemele pe domeniile din strategie de care este responsabil. Ședințele trimestriale permit Platformei și membrilor să observe dacă implementarea strategiei decurge eficient și să întreprindă din timp acțiuni de revizuire și ajustare.

Raportul privind implementarea strategiei se elaborează anual și este prezentat organelor de conducere. Raportul conține date privind progresul în implementarea fiecărui obiectiv, nivelul de implementare a activităților planificate pentru anul în curs, lecțiile învățate și recomandările pentru ajustarea strategiei sau a planului de monitorizare și evaluare.

Strategia de Advocacy este un document viu, care trebuie revizuit periodic și ajustat pentru a corespunde contextului actual și priorităților organizației.

**Стратегия Адвокации и Адвокационная Коммуникация
2021 - 2023**

Содержание

I. Общие рамки стратегии	2
II. Контекст Стратегии	3
III. Приоритетные направления и задачи Стратегии адвокации Платформы развития социального предпринимательства в Молдове	5
IV. Мониторинг и оценка стратегии адвокации и и адвокационная коммуникация	12

Приложения

- 1.1. *План действий по реализации Стратегии адвокации и Платформы адвокационных коммуникаций для развития социального предпринимательства в Молдове*

Список сокращений

1. ЦГУ- Центральное государственное управление
2. МПУ - местное публичное управление
3. ОО - Общественное Объединение
4. CALM - Конгресс местных властей Молдовы
5. EuSEF - Европейские фонды социального предпринимательства
6. EaSI - Программа занятости и социальных инноваций
7. IVAO - налоги на доходы от операционной деятельности
8. СП - Социальное Предприятие
9. ODIMM - Организация развития сектора малых и средних предприятий
10. НПО - неправительственная организация
11. ПРСП - Платформа Развития Социального Предпринимательства в Молдове
12. PR - связи с общественностью
13. РМ - Республика Молдова
14. SIA - Ускоритель социального воздействия

I. Общие рамки стратегии

Важное изменение в политической повестке дня Европейской комиссии по социальной экономике произошло в 2011 году, когда Комиссия приступила к реализации «Инициативы социального предпринимательства. Создание экосистемы для продвижения социальных предприятий в экономике и социальных инноваций», включавшего 11 ключевых действий политической повестки дня Европейской комиссии. В целях повышения интереса частных инвесторов к социальным предприятиям был утвержден Регламент № 346/2013 о фондах одобренных Европейским социальным предпринимательством (EuSEF). Программа занятости и социальных инноваций (EaSI) также была создана в сотрудничестве с другими финансовыми инициативами, такими как Гарантийный инструмент EaSI, Инвестиционный компонент EaSI по наращиванию потенциала и Акселератор социального воздействия (SIA).

В Республике Молдова развитие социальных предприятий стало национальным приоритетом после принятия Парламентом Республики Молдова Стратегии развития гражданского общества на 2012-2015 годы и Плана действий.¹

2 ноября 2017 г. Парламент Республики Молдова принял Закон о внесении изменений и дополнений в законодательные акты (Закон № 845/1992 о предпринимательстве и предприятиях), который законодательно регулировал сферу социального предпринимательства.

В соответствии со ст. 36 деятельность социального предпринимательства осуществляется социальными предприятиями и предприятия социальной интеграции. Статус социального предприятия или предприятия социальной интеграции присваивается Национальной комиссией по социальному предпринимательству, согласно п. 3 ст. 36² того же закона.

Для исполнения поправок к Закону №. 845/1992 о предпринимательстве и предприятиях (Официальный Монитор Парламента Республики Молдова, 1994 г., № 2, ст. 33) с последующими изменениями и дополнениями утвержден Постановлением №. 1165/28.11.2018 Регламент об организации и функционировании Национальной комиссии по социальному предпринимательству и перечень видов деятельности, составляющих деятельность социального предпринимательства.

Согласно законодательной базе, социальное предпринимательство направлено на улучшение условий жизни и предоставление возможностей лицам из неблагополучных слоев населения путем укрепления экономической и социальной сплоченности, в том числе на уровне органов местного самоуправления, путем трудоустройства, развивая социальные услуги в интересах общества, увеличивая социальную интеграцию.

Социальное предпринимательство в Молдове находится на ранней стадии развития и не может развиваться без ряда постоянных усилий и поддержки со стороны всех вовлеченных сторон. Помимо законодательной базы, необходимо инициировать конкретные меры по созданию благоприятной для развития экосистемы: доступ к различным финансовым инструментам и рынкам, структурам поддержки бизнеса, развитие и исследования человеческих ресурсов, дифференцированные налоговые и неналоговые льготы по видам социальные предприятия и т.д.²

Законодательством предусмотрены определенные налоговые и неналоговые льготы, которые, к сожалению, фактически не реализуются, поскольку не имеют соответствия во вторичном имплементирующем законодательстве. Например, хотя Закон №. 845/1992 предусматривает, что государство предоставляет налоговые льготы для развития социального предпринимательства в соответствии с Налоговым кодексом, Налоговый

¹ Аналитический отчет «Нормативно-правовая база социального предпринимательства в Республике Молдова: выводы и рекомендации» <http://www.antreprenoriatsocial.md/index.php?pag=news&id=1084&rid=1299&l=ro>

² http://www.antreprenoriatsocial.md/media/files/files/raport_de_analiza_antreprenoriat_social_0_2739266.pdf

кодекс не предоставляет специальные льготы для социальных предприятий и предприятий социальной интеграции.

Ситуация с уплатой налога на прибыль от операционной деятельности социальных предприятий и предприятий социальной интеграции остается неясной. Нет четко определенных положений, если налог на доходы от операционной деятельности применяется к положениям главы 20 7¹ Налогового кодекса, исчисляется в пропорции 4% от объекта налогообложения в соответствии со ст.54³ Налогового кодекса или на общих основаниях, т.е. 12% от объекта налогообложения.

Есть практики, когда налоговым законодательством предусматривались приоритетные налоговые режимы для отдельных категорий предприятий (вновь созданных, созданных молодежью, созданных с применением инновационных технологий и т.п.).

Если принять во внимание условие, установленное для предприятия социальной интеграции, иметь не менее 30% работников с инвалидностью или неблагоприятным положением, мы должны рассмотреть налоговые льготы для этих категорий лиц, такие как, например, снижение налога ставка по доходам до 8 или 6% вместо 12%. Согласно ст.15 п.а) Налогового кодекса, общая сумма подоходного налога для физических лиц определяется в размере 12% от годового налогооблагаемого дохода.

Лица, принятые на работу по индивидуальному трудовому договору, лица, состоящие в трудовых отношениях на основании административного акта или иных видов гражданско-правовых договоров на выполнение работ или оказание услуг (независимо от того, работают ли они полный рабочий день, неполный рабочий день, имеют или не имеют определенную степень инвалидности), считаются работающими и подлежат государственному социальному страхованию.

Соответственно, работодатель обязан исчислять и уплачивать за работника взносы государственного социального страхования в процентах от заработной платы и других начисленных ему вознаграждений, взносов на обязательное медицинское страхование. При этом в соответствии с действующим законодательством полностью освобождаются от социальных и медицинских выплат только лица с тяжелой, тяжелой или средней степенью инвалидности, которые устанавливаются плательщиками фиксированных сумм взносов государственного социального страхования и фиксированных сумм страховых взносов, государственное медицинское страхование.

Таким образом, можно было бы разработать механизм, связывающий налоговые льготы для инвалидов, занятых в ИГИЛ, и налогообложение самого предприятия, снижая его налоговую нагрузку.

В Республике Молдова есть необходимые предпосылки для развития культуры социального предпринимательства путем инвестирования в человеческие ресурсы, работающие в этой области, принятия фискальных и нефискальных механизмов, предназначенных для поддержки сектора, создания инструментов финансирования, субсидирования, кредитования, адаптированных к потребности, построение «дружественного» рынка и предоставление защищенных контрактов и эффективная законодательная база.

II. Контекст Стратегии

Стратегия адвокации и коммуникации ПРСП стала необходимостью на текущем этапе развития Платформы. Этот документ отражает потребности в отношениях ПРСП с другими платформами и сетями, организациями и учреждениями, с органами государственной власти, с лицами, принимающими решения, участвующими в деятельности социального предпринимательства, в которой ПРСП хотела бы быть представлена, а также с другими государственными или частными организациями. с которым ПРСП хотел бы взаимодействовать.

Эта стратегия призвана стать инструментом, с помощью которого Платформа может контролировать и планировать свои действия в публичной среде. Кроме того, посредством набора мер Стратегия защиты определяет наилучшие способы влияния на лиц, принимающих решения, для корректировки государственной политики и законов, влияющих на повседневную работу членов ПРСП.

Стратегия адвокации и коммуникации ПРСП разрабатывается Советом директоров Платформы и ее Секретариатом, но может быть распространена на участников программ ПРСП и других партнерских организаций.

Цель Стратегии является установление и развитие конкретных практик и действий по адвокации в продвижении социального предпринимательства в Республике Молдова.

Стратегия адвокации и коммуникации ПРСП сосредоточена на следующих стратегических областях:

СФЕРА АДВОКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

Наиболее распространенными методами, используемыми в кампаниях организаций для убеждения государственных органов, являются лоббирование и защита интересов.

Адвокационные кампании могут быть кампаниями по защите интересов с конкретными действиями, направленными на изменение законов и нормативных актов (разработка и изменение государственной политики), и кампаниями по защите интересов, которые включают повышение осведомленности общественности и участие в действиях, представляющих общий интерес.

Таким образом, ПРСП направлена на его разработку и реализацию адвокационной кампании, направленные на:

1. Развитие и продвижение культуры социального предпринимательства среди населения Республики Молдова:
 - a) Содействие экономическому и социальному воздействию, которое социальные предприятия оказывают на общество
 - b) Признание роли социальных предприятий в создании и поддержании качественных рабочих мест
2. Создание благоприятной нормативно-правовой базы для социального предпринимательства и использование потенциала этого сектора в экономическом и социальном развитии
3. Разработка пакета фискальных и нефискальных механизмов для стимулирования сектора социального предпринимательства к использованию потенциала социальных предприятий в развитии сообщества
4. Содействие доступу к рынку и финансовым инструментам, характерным для сектора социального предпринимательства в Республике Молдова

ОБЛАСТЬ ОРГАНИЗАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Платформа Социального Предпринимательства - это возрожденная платформа, которая занимается продвижением социального предпринимательства, развитием других областей, связанных с социальным предпринимательством, а также оказанием поддержки членам платформы путем обмена опытом и лучшими практиками.

Миссия ПРСП: Организации гражданского общества и социальные предприятия Республики Молдова активно участвуют в разработке и осуществлении мероприятий по мониторингу реализации государственной политики в области социального предпринимательства.

Для проведения адвокационных кампаний необходимы источники финансирования. Источниками финансирования Платформы на данном этапе являются исключительно

донорские средства. В долгосрочной перспективе Платформа стремится диверсифицировать источники своих членов, привлекая их из государственной, частной и экономической деятельности.

Однако на данном этапе организация сосредоточена на повышении квалификации членов и секретариата в области адвокации, техники и методов ведения переговоров, пропагандистской коммуникации и написании проектов для диверсификации финансовых ресурсов.

III. Приоритетные направления и задачи Стратегии адвокации Платформы развития социального предпринимательства в Молдове

Для реализации адвокационных подходов необходимо выстроить четкий путь, основанный на планировании деятельности, исходя из цикла адвокации, четко определив цели и предполагаемые результаты, установив показатели мониторинга и оценки и соответствующие мероприятия.

Усилия по адвокации должны постоянно адаптироваться к текущим потребностям Платформы и нуждам ее членов, используя возникающие возможности, которые отвечают стратегическим целям Платформы.

Основные направления адвокационной и коммуникационной деятельности в рамках ПРСП сосредоточены на оказании влияния на лиц, принимающих решения, внесении изменений в законодательство для продвижения социального предпринимательства в Республике Молдова, разработке и внедрении проектов на национальном и местном уровнях и т.д.

Партнерства и сети: Изменения в альянсах включают уровень координации, сотрудничества и согласованности между партнерами сообщества и партнерами по реализации. Результаты партнерства включают количество партнеров, поддерживающих проблему, уровень сотрудничества, согласованность усилий партнерства, разнообразие партнерств и т.д.

Целевой группой, на которую направлена Стратегия, являются следующие люди:

- Секретариат, члены и Руководственный Комитет Платформы;
- Волонтеры платформы;
- Социальные предприятия;
- Некоммерческие организации, продвигающие социальное предпринимательство
- Люди, оказавшиеся в трудной жизненной ситуации, как вторичная целевая группа;
- Другие лица, заинтересованные в развитии социальной экономики.

Партнеры по адвокации: члены гражданского общества, разделяющие видение Платформы, такие как местные и национальные НПО и национальные представительства международных НПО, коалиции и сети НПО, академические институты и университеты, СМИ и т.д.

Можно использовать синергию, укреплять потенциал и процессы. Участие в сетях обеспечивает дополнительный доступ к информации и ресурсам. Адвокация в партнерстве и через сети делает голос ПРСП более сильным, а воздействие ПРСП - более сильным.

Изменения в альянсах и партнерствах включают уровень координации, сотрудничества и согласованности между партнерами сообщества и партнерами по реализации. Результаты партнерства включают количество партнеров, поддерживающих проблему, уровень сотрудничества, согласованность усилий партнерства, разнообразие партнерств.

Бенефициары, партнеры и сообщества могут быть активными партнерами по адвокации. Им необходимо дать возможность понять, проанализировать и оспорить работу по адвокации. Через адвокатию их побуждают заявлять о своих интересах, защищать свои права и предлагать изменения. Чтобы обеспечить их участие, мы содействуем их доступу к информации, наращиванию потенциала и возможностям для участия и адвокации.

∇ Партнеры

- a. СП и СП интеграционная
- b. ООО
- c. НПО
- d. Местные СМИ (ТВ, РАДИО, газеты, порталы)
- e. Широкая общественность: формирующие мнение СМИ и гражданские лидеры, частный сектор, СМИ, граждане Республики Молдова.

Техники и инструменты, используемые для реализации стратегии коммуникации и адвокации

Наиболее используемые тактики, которые может применять Платформа: межличностное общение, информационный бюллетень, презентационные фильмы, отчеты о деятельности, выступления, платформы сотрудничества, специальные мероприятия (конференции, семинары, общие собрания, встречи и т.д.), общение с прессой, радио- и/или телепередачи, развитие цифровых информационных каналов, фотографии и интерактивная адвокативная деятельность, письма/деморандумы, предложения по инициированию изменений в государственной политике и/или действующей нормативной базе, обмен опытом и использование лучших практик. Другие инструменты могут применяться в зависимости от человеческих и финансовых ресурсов, имеющихся в распоряжении Платформы.

∇ SWOT-анализ - внешняя и внутренняя среда

SWOT-анализ: отражает сильные и слабые стороны стратегии коммуникации и адвокации по отношению к внешним возможностям и рискам, которые могут возникнуть во время или в результате реализации стратегии.

Сильные стороны	Возможности
<ul style="list-style-type: none"> ● Платформа ПРСП - это национальное покрытие; ● Функциональная организационная структура; ● Мотивированные и преданные члены для поддержки развития социальной экономики; ● 2 из 4 ЛСИ или ССИ с официальным статусом в Молдове являются членами ПРСП; ● Опыт управления проектами, в области SA, разработки государственной политики; ● Различный опыт членов и представителей в Платформе; ● Персонал обучен навыкам PR и коммуникации; ● Страница socialentrepreneurship.md известна и постоянно посещается/консультируется заинтересованными сторонами; 	<ul style="list-style-type: none"> ● Наличие национальных и международных партнеров в области социального предпринимательства, готовых поддержать работу Платформы; ● Деятельность Платформы получает финансовую поддержку от доноров; ● Готовность государственных учреждений и НПО сотрудничать с Платформой и поддерживать инициативы по изменению законодательной базы; ● Наличие заинтересованности Финансовой комиссии в развитии сектора социальной экономики; ● Изложение инициатив и попыток регулярного или постоянного участия в процессах общественного обсуждения законопроектов и проектов документов

<ul style="list-style-type: none"> ● Функциональная страница на fb, за которой следят заинтересованные стороны; ● Наличие партнерских отношений с местными и национальными СМИ; ● Увязка интересов Платформы с законодательной базой и политической повесткой дня. 	<p>государственной политики, соотнесенных с интересами, продвигаемыми ПРСП;</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Правовая база, благоприятствующая участию ПРСП в процессах принятия решений, включая открытость лиц, принимающих решения, для принятия рекомендаций, выдвинутых ПРСП; ● Повышенный интерес организаций/акторов из других стран к молдавской законодательной базе (уникальное явление для стран Восточной Европы).
<p>Слабые стороны</p>	<p>Риски</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Секретариат Платформы имеет небольшой опыт в адвокации; ● Низкая вовлеченность членов Платформы в работу Платформы из-за перегруженности собственной деятельностью; ● Низкая вовлеченность членов Платформы в процесс разработки/мониторинга государственной политики; ● Низкое количество членов, вовлеченных в адвокационную деятельность. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Снижение привлекательности для гражданского общества/предпринимателей получения официального статуса LSE; ● Нестабильная социально-политическая ситуация и частая смена лиц, принимающих решения; ● Сопrotивление правительственных структур работе с ПРСП; ● Изменение нормативно-правовой базы и государственной политики без консультаций с гражданским обществом; ● Изменения в законодательстве, которые могут повлиять на работу НПО/СИ; ● Ограничения, вызванные пандемией COVID-19; ● Мало времени для реализации целей стабильности; ● Снижение интереса со стороны волонтерского сектора к развитию сферы социального предпринимательства и, в частности, к изменению законодательной базы.

∇ ОБЩИЕ ЗАДАЧИ СТРАТЕГИИ:

Задача I: Разработка вторичного законодательства о государственных закупках социальных и специальных услуг на основе Закона № 131/2015 о государственных закупках.

- а) Внести поправки в Законе № 131/2015 о государственных закупках, в частности, в статью 59 п. (6) путем расширения списка услуг, которые могут быть зарезервированы для закупок для социальных предприятий.

- b) Разработать типовую документацию и специальные процедуры для закупок социальных и специфических услуг в соответствии со ст. 46 п. г) Закона № 131/2015 о государственных закупках.
- c) Технически усовершенствовать сайт www.mtender.gov.md, чтобы сделать возможным регистрацию государственных закупок в соответствии со ст. 46 п. г) (закупки в случае социальных и других конкретных услуг) и ст. 6 Закона № 131/2015 о государственных закупках.

Задача II: Создание альянсов для выдвижения законодательных предложений по внедрению комплекса налоговых льгот и стимулов для предприятий, имеющих статус социального предприятия и предприятия социальной интеграции.

- a) Установление партнерских отношений с другими альянсами, платформами и лицами, принимающими решения.
- b) Введение освобождения от налогов на здание и землю, принадлежащие социальному предприятию и предприятию социальной вставки.
- c) Освобождение от подоходного налога социальных предприятий и предприятий социальной вставки (не облагаются налогом те 90% прибыли, которые инвестируются обратно в развитие социального предприятия и/или предприятия социальной вставки - (ст.52 и 53 Налогового кодекса));
- d) Внести изменения в приложение к закону о бюджете, предусматривающее определение минимального размера арендной платы за государственное имущество: в пункте d) подпункт (1) включить социальное предприятие и социальное предприятие вставки. *Stabilirea parteneriatelor cu alte alianțe, platforme și factori decizionali.*

Задача III: Внедрение концепции социальных инвестиций в Республике Молдова

- a) Составление карты существующего законодательства и практики в Республике Молдова по социальным инвестициям

Задача IV: Продвижение экономического и социального воздействия социального предпринимательства в обществе

- a) Поддержка мероприятий, организованных в рамках ХАБа "Социальные предприниматели" и других участников, способствующих развитию сектора,
- b) Организация и активное участие в рекламной и информационной деятельности в секторе.

∇ Анализ стейкхолдеров

Задача	Цель Кто отвечает за решение проблемы?	Цель Кто такие союзники?	Цель Кто соперники?
Задача I: Разработка вторичного законодательства о государственных закупках социальных и специальных услуг на основе Закона №	<ul style="list-style-type: none"> • Дан Перчун - Председатель Комитета по социальной защите (Парламент Республики Молдова) • Думитру Алайба (глава 	<ul style="list-style-type: none"> • Делегация Европейского Союза • Экономический совет при премьер-министре • Национальная комиссия по социальному предпринимательству 	<ul style="list-style-type: none"> • Налоговая инспекция • Министерство финансов • Агентство государственного имущества • CALM

131/2015 о государственных закупках.	финансового комитета) <ul style="list-style-type: none"> ● Дорел Норок (Государственный секретарь, Министерство финансов) ● Серджиу Гайбу (министр экономики и инфраструктуры) ● Государственная канцелярия 	<ul style="list-style-type: none"> ● Региональные ХАБы / Интеллектуальные ХАБы ● ODIMM ● Посольство Австрии ● Программа EU4YOUTH 	<ul style="list-style-type: none"> ● Агентство по государственным закупкам
Задача 2: Создание альянсов для выдвижения законодательных предложений по внедрению комплекса налоговых льгот и стимулов для предприятий, имеющих статус социального предприятия и предприятия социальной интеграции	<ul style="list-style-type: none"> ● Дан Перчун - Председатель Комитета по социальной защите (Парламент Республики Молдова) ● Думитру Алайба (глава финансового комитета) ● Дорел Норок (Государственный секретарь, Министерство финансов) ● Серджиу Гайбу (министр экономики и инфраструктуры) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Делегация Европейского Союза ● Экономический совет при премьер-министре ● Национальная комиссия по социальному предпринимательству ● Региональные HUBs / Smart HUB ● ODIMM ● Посольство Австрии ● Программа EU4YOUTH ● АДВ Румыния ● Сеть Лидер (+ Фонд солидарности...)	<ul style="list-style-type: none"> ● Налоговая инспекция ● Министерство финансов ● Агентство государственного имущества ● CALM

∇ Анализ власти, интересов и влияния заинтересованных сторон

Задача I			
Разработка вторичного законодательства о государственных закупках социальных и специальных услуг на основе Закона № 131/2015 о государственных закупках.			
	Высокий	Средний	Низкий
Интерес к теме	<ul style="list-style-type: none"> ● Дан Перчун - Председатель Комитета по социальной защите (Парламент Республики Молдова) ● Думитру Алайба (глава финансового комитета) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Делегация Европейского Союза ● ODIMM ● Региональные HUBs / Smart HUB ● Сеть Лидер 	<ul style="list-style-type: none"> ● Дорел Норок (Государственный секретарь, Министерство финансов) ● Серджиу Гайбу (министр экономики и инфраструктуры) ● Государственная канцелярия

	<ul style="list-style-type: none"> Национальная комиссия по социальному предпринимательству АДВ Румыния 	(+ Фонд солидарности...)	<ul style="list-style-type: none"> CALM Агентство государственного имущества Налоговая инспекция
Уровень влияния	<ul style="list-style-type: none"> Дорел Норок (Государственный секретарь, Министерство финансов) Серджиу Гайбу (министр экономики и инфраструктуры) Государственная канцелярия 	<ul style="list-style-type: none"> Делегация Европейского Союза Агентство государственного имущества Налоговая инспекция 	<ul style="list-style-type: none"> Экономический консилиум при премьер-министре ODIMM CALM Региональные HUBs / Smart HUB Сеть Лидер (+ Фонд солидарности...) <ul style="list-style-type: none"> АДВ Румыния

∇ Анализ власти, интересов и влияния заинтересованных сторон

Задача II			
Создание альянсов для выдвижения законодательных предложений по внедрению комплекса налоговых льгот и стимулов для предприятий, имеющих статус социального предприятия и предприятия социальной интеграции			
	Высокий	Средний	Низкий
Интерес к теме	<ul style="list-style-type: none"> Дан Перчун - Председатель Комитета по социальной защите (Парламент Республики Молдова) Думитру Алайба (глава финансового комитета) Национальная комиссия по социальному предпринимательству АДВ Румыния 	<ul style="list-style-type: none"> Делегация Европейского Союза ODIMM Региональные HUBs / Smart HUB Сеть Лидер (+ Фонд солидарности...)	<ul style="list-style-type: none"> Дорел Норок (Государственный секретарь, Министерство финансов) Серджиу Гайбу (министр экономики и инфраструктуры) Государственная канцелярия CALM Агентство государственного имущества Налоговая инспекция
Уровень влияния	<ul style="list-style-type: none"> Дорел Норок (Государственный секретарь, Министерство финансов) Серджиу Гайбу (министр экономики и инфраструктуры) 	<ul style="list-style-type: none"> Делегация Европейского Союза Агентство государственного имущества Налоговая инспекция 	<ul style="list-style-type: none"> Экономический консилиум при премьер-министре ODIMM CALM Региональные HUBs / Smart HUB АДВ Румыния

∇ ОБЩЕНИЕ В АДВОКАЦИИ

Цель адвокационной коммуникации - способствовать изменению парадигм мышления и поведения на уровне общества, особенно в целевых группах бенефициаров и лиц,

принимающих решения, сообществ, в которых работает Платформа социального предпринимательства Молдовы и ее члены. В то же время, внешняя коммуникация, способствует информированию и расширению возможностей правообладателей (бенефициаров и членов ПРСП), информирует правообладателей об их правах и способах, с помощью которых они могут защитить свои права и достичь законных целей.

Общими целями Коммуникационной стратегии являются:

- повысить узнаваемость Платформы социального предпринимательства на региональном (Юг, Север, Центр) и национальном уровне;
- повысить узнаваемость организации в МПУ I и II уровня, СПС и Парламенте Республики Молдова;
- сотрудничество с органами государственной власти для достижения целей организации;
- повысить узнаваемость организации для целевой группы бенефициаров и широкой общественности;
- информирование бенефициаров организации об их правах;
- развитие внутренних коммуникаций, необходимых для эффективной работы;
- продвижение положительного имиджа социальной экономики в СМИ, среди партнеров по гражданскому обществу и в обществе в целом.

Стратегия коммуникации и адвокации Платформы SA структурирована на внутреннюю и внешнюю коммуникацию.

Внутренняя коммуникация имеет своей основной целью внутреннее укрепление Платформы и команды Секретариата Платформы, формирование внутренней культуры Платформы, совместную реализацию миссии и стратегий Платформы.

Внешняя коммуникация направлена на формирование внешнего имиджа организации, расширение существующих партнерств и создание новых союзов с государственными и частными учреждениями и донорами, гражданским обществом, СМИ, конечными бенефициарами ПРСП, а также широкой общественностью, с целью расширения числа прямых и косвенных сторонников.

Общие цели коммуникации будут реализованы через следующие **конкретные цели**:

- продвижение культуры прозрачного общения в рамках Платформы для облегчения обмена информацией;
- мониторинг деятельности СПС и участие в рабочих встречах;
- информирование представителей СПС, Парламента Республики Молдова и других определенных партнеров Ассоциации о деятельности и приоритетах СПС;
- информирование граждан об их правах через публичные мероприятия, а также цифровые платформы;
- построение постоянного диалога с местными и национальными СМИ для содействия информированию населения.

К **внешним каналам коммуникации** относятся:

- сайт <https://antreprenoriatsocial.md/>
- собственные страницы в социальных сетях Twitter и Facebook
- электронная почта Секретариата ПРСП
- Влиятельные партнеры ПРСП
- Члены РСФПП и ИС, ИСИ

- Медиаканалы, такие как www.moldova.org, www.youth.md, www.ea.md, www.unica.md youtube, newsmaker и др.

Для реализации целей адвокации будут использоваться следующие **коммуникационные инструменты**, в зависимости от конкретных запланированных мероприятий:

- Позиционный документ смоделирован
- Баннер онлайн
- Рабочие заседания (совещания) Протоколы
- События (Виртуальный тур) Тур по социальным предприятиям. Обмен опытом в области социального предпринимательства - чтобы понять, в чем заключается основная идея
- Печатные материалы (брошюры, инфографические листовки), ежемесячный информационный бюллетень и публикация тематических отчетов;
- Пресса: пресс-релизы, редакционные статьи, интервью, комментарии, участие в радио- и телепередачах, репортажи (разработка прямых эфиров на fb и youtube) и т.д.
- Публичные мероприятия - семинары, тренинги, конференции, публичные выступления, информационные сессии, дебаты Карла Поппера, рабочие группы, пресс-конференции, формальные и неформальные встречи со СМИ и лидерами общественного мнения и т.д;
- Участие во встречах, собраниях, форумах в качестве участников/приглашенных/организаторов с национальными и международными партнерскими организациями и учреждениями;
- Составление мнений, петиций, открытых писем;
- Информационные и просветительские кампании на радио, телевидении, в Интернете.
- Разработка видеороликов для развития информационных кампаний.

IV. Мониторинг и оценка стратегии адвокации и и адвокационная коммуникация

Эта стратегия будет реализовываться Секретариатом КППР и его членами. Мониторинг и оценка воздействия данной Стратегии будут осуществляться посредством ежегодной отчетности и по мере необходимости в соответствии с заранее установленной процедурой внутренней отчетности.

Координация процесса реализации Стратегии возложена на Президента и Секретариат РШФФ, а реализация Стратегии координируется Секретариатом РШФФ и его членами.

План мониторинга будет включать следующие компоненты:

- а) мониторинг процесса реализации мер, изложенных в Плане действий, на основе показателей Стратегии;
- б) характер реализации;
- в) последствия реализации (экономические, правовые, социальные и т.д.);
- г) вовлечение ответственных лиц в реализацию запланированных мер;
- д) понесенные финансовые расходы;
- е) сроки реализации.

В плане мониторинга будет указан источник информации. Информация будет содержать как качественные (анализ последствий), так и количественные (статистические

данные) данные. Источники информации для сводного отчета будут предоставлены членами и Секретариатом Платформы, в зависимости от сфер их деятельности, которые вовлечены в процесс реализации Стратегии, результаты исследований и независимых отчетов.

Основным инструментом мониторинга будет *План действий Стратегии коммуникации и адвокации на 2022 - 2023 годы ПРСП, подраздел Достигнутый результат.*

Секретариат платформы будет проводить короткие ежеквартальные встречи, на которых каждый член Руководящего совета будет отчитываться о прогрессе и проблемах в тех областях стратегии, за которые он отвечает. Ежеквартальные встречи позволяют Платформе и ее членам наблюдать за тем, насколько эффективно идет реализация стратегии, и заблаговременно принимать меры по ее пересмотру и корректировке.

Отчет о реализации стратегии готовится ежегодно и представляется руководящим органам. Отчет содержит данные о ходе реализации каждой цели, уровне выполнения мероприятий, запланированных на текущий год, извлеченных уроках и рекомендациях по корректировке стратегии или плана мониторинга и оценки.

Адвокационная Стратегия - это живой документ, который необходимо периодически пересматривать и корректировать в соответствии с текущим контекстом и приоритетами организации.