



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI
ŞI PROTECȚIEI SOCIALE
AMPOSDRU



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013

FINANȚAREA ACTIVITĂȚILOR DE ECONOMIE SOCIALĂ

Manual de intervenție



*Proiectul "INTEGRAT - Resurse pentru femeile
și grupurile Roma excluse social",
proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Sectorial
Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013 "Investește în oameni!"*

Activitatea nr. 3:

Elaborarea unor manuale de intervenție pe baza principiilor economiei sociale

Coordonatori:

Victor NICOLĂESCU

Corina CACE

Dimitris HATZANTONIS



București, România

CNCSIS: cod 045/2006

Editor: Valeriu IOAN-FRANC

Redactor: Paula NEACȘU

Concepție grafică, machetare și tehnoredactare: Luminița LOGIN

Coperta: Nicolae LOGIN

Toate drepturile asupra acestei ediții aparțin Asociației pentru Dezvoltare și Promovare socio-economică CATALACTICA – București. Reproducerea, fie și parțială și pe orice suport, este interzisă fără acordul prealabil al Asociației, fiind supusă prevederilor legii drepturilor de autor.

Manual de intervenție

Finanțarea activităților de economie socială

EDITURA
Expert 

CUPRINS

CUVÂNT ÎNAINTE	9
LISTA ABREVIERILOR	13
LISTA CASETELOR, TABELELOR ȘI FIGURILOR.....	15
Capitolul 1 - TERMENI ȘI CONCEPTE DE BAZĂ ALE ECONOMIEI SOCIALE ȘI ALE ANTREPRENORIATULUI SOCIAL	17
1.1. Economia socială și antreprenoriatul social în Europa	17
1.1.1. Economia socială în Europa	17
1.1.2. Economia socială și capitalul social	20
1.1.3. Întreprinderile sociale	23
1.2. Modele europene ale economiei sociale.....	25
1.2.1. Modelul scandinav	25
1.2.2. Modelul european continental.....	27
1.2.3. Modelul sud-european	30
1.2.4. Modelul anglo-saxon.....	37
1.2.5. Modelul țărilor central și est-europene	44
1.3. Antreprenoriatul social: valori și principii	46
1.3.1. Cei 10 D ai antreprenorului social	50
1.3.2. Întrebările cruciale în antreprenoriatul social.....	53
1.3.3. Etos și filosofie în economia socială	55
1.3.4. Criza financiară și antreprenoriatul social ..	55

1.4. Descrierea și analiza antreprenoriatului social „Klimax Plus”	56
Capitolul 2 - SURSE TRADITIONALE DE FINANȚARE PENTRU ORGANIZAȚIILE DIN ECONOMIA SOCIALĂ.....	66
2.1. Contextul actual al finanțării economiei sociale ..	66
2.2. Dezvoltarea fondului de finanțare a structurilor de economie socială.....	72
2.3. Surse tradiționale de finanțare	75
2.4. Constrângeri și bariere pentru organizațiile de economie socială.....	84
Capitolul 3 - SURSE ALTERNATIVE DE FINANȚARE ALE ECONOMIEI SOCIALE	88
3.1. Rentabilitatea socială a investițiilor (RSI)	92
3.2. Surse alternative de finanțare	94
3.2.1. Capitaluri care nu necesită câștiguri financiare	94
3.2.2. Capital care necesită câștiguri financiare	94
Capitolul 4 - MICROCREDITAREA – O PROVOCARE PENTRU ECONOMIA SOCIALĂ	113
4.1. Primele experiențe ale microcreditului la nivel internațional	113
4.2. Perspectivele practice ale microcreditorilor – condiții și limitări ale utilizării mobilizării prin microcredit a economiilor locale	115
4.3. Gama completă a instrumentelor financiare pentru economia socială	118
4.4. Concentrarea asupra facilitării mecanismului de consum adaptat la economia socială	119
4.5. Aspecte tehnice ale emiterii și circulației tichetelor de plată (vouchere)	123

4.6. Experiențe relevante din Italia și Franța: economia socială și producția de servicii sociale (voucherele sociale ca instrumente)	125
Capitolul 5 - ALTE SURSE DE FINANȚARE LA NIVEL EUROPEAN	
5.1. Comisia Europeană.....	131
5.2. Inițiative europene	133
5.2.1. Inițiativa JEREMIE.....	133
5.2.2. Inițiativa JESSICA.....	135
5.2.3. Programul Leonardo da Vinci	137
5.2.4. Programul Grundtvig	138
5.2.5. Programul de vouchere sociale.....	140
5.2.6. Achizițiile publice în Uniunea Europeană.....	141
ANEXE	
Anexa nr. 1. Citate pentru antreprenori	147
Anexa nr. 2. Asistență on-line și conferințe în domeniul antreprenoriatului social	150
BIBLIOGRAFIE	151

CUVÂNT ÎNAINTE

Manualul de față a fost realizat în cadrul proiectului „INTEGRAT – Resurse pentru femeile și grupurile roma excluse social”, care este cofinanțat din Fondul Social European prin Programul operațional sectorial Dezvoltarea resurselor umane 2007-2013 și este implementat de către Asociația pentru Dezvoltare și Promovare socio-economica CATALACTICA, filiala București, în parteneriat cu Institutul de Cercetare a Calității Vieții (ICCV) și Bolt International Consulting – L. Katsikaris – I. Parcharidis O.E. (Grecia). Regiunile vizate sunt București-Ilfov și Sud-Est (București, Ilfov, Buzău, Brăila, Galați, Constanța, Vrancea, Tulcea), iar durata de implementare este de 36 de luni.

Obiectivul general al proiectului este promovarea activă a incluziunii sociale pe piața muncii, prin activarea economiei sociale, a femeilor și grupurilor roma, prin dezvoltarea de parteneriate și prin stimularea implicării în viața comunității a persoanelor excluse social din Regiunile de dezvoltare București-Ilfov și Sud-Est.

Obiectivele specifice ale proiectului sunt:

- creșterea nivelului de informare privind economia socială;
- formarea în scopul dezvoltării profesionale a femeilor și a reprezentanților minorităților roma din ONG-uri care își desfășoară activitatea în domeniul economiei sociale;
- creșterea nivelului de cooperare prin inițierea unei rețele interprofesionale, concretizate în crearea unui centru de resurse pentru structurile economiei sociale;

- contribuirea la depășirea stereotipului cultural cu privire la rolul social și statutul profesional al femeilor și minorităților români pe piața muncii.

Beneficiari pe termen scurt și lung ai proiectului sunt:

- femei;
- persoane de etnie români;
- formatori implicați în economia socială;
- lucrători sociali;
- manageri ai întreprinderilor sociale;
- experți mass-media;
- specialiști implicați în economia socială.

Manualul încearcă să prezinte problema critică a finanțării economiei sociale și a afacerilor/intreprinderilor acesteia într-un mod cuprinzător. Se dorește a fi un ghid util pentru organizațiile care proiectează politici și instrumente pentru dezvoltarea economiei sociale, într-un context al restricțiilor severe în ceea ce privește finanțarea activităților economice și în special a economiei sociale. În acest context, aducem mulțumiri experților ce și-au adus contribuția în a asigura documentarea și furnizarea elementelor de noutate cuprinse în acest volum (Anargyros Demopoulos, Vasilis Varvitsiotis, Eva Stefanidaki, Alexandra Fefopoulou, Konstantinos Polemis, Florina Diaconescu, Andrei Pârvan și Valentina Constantin), precum și specialiștilor ce au sprijinit structurarea și formularea adecvată a prezentului material.

Mai întâi, se încearcă prezentarea practicilor de microfinanțare, cu intenția de a explora toate abordările posibile, de la **microcredit** la **mobilizarea economiilor locale**, în vederea finanțării inițiativelor economiei sociale.

Apoi, o mare atenție este acordată **tehniciilor alternative de finanțare** care nu necesită folosirea serviciilor bancare și a instituțiilor financiare în general. Acestea sunt reprezentate de **voucherele sociale**, o tehnică destul de răspândită la nivelul serviciilor din afara domeniului economiei sociale, prin intermediul căreia se realizează

stimularea consumului de servicii, în timp ce serviciile sunt furnizate de către întreprinderi sociale, împreună cu facilitarea tranzacției de activități comerciale (care se confruntă cu problema lichidităților).

Înainte de a trece la detaliile tehnice ale acestui manual, trebuie menționat faptul că problemele instrumentelor și mijloacelor financiare apar atunci când ies la lumină acțiunile activizării substanțiale a sectorului economiei sociale. Acestea sunt activitățile comerciale și antreprenoriale care acționează nu într-un mod simplist pentru a face față problemelor sociale ad-hoc, ci în baza furnizării de bunuri și servicii în vederea acoperirii nevoii vitale ale consumatorilor, prin intermediul acelor activități comerciale care sunt create astfel încât să furnizeze locuri de muncă sustenabile și să se dezvolte ele însese în întreprinderi sustenabile.

Eforturile făcute de organizațiile economiei sociale de a dezvolta inițiative în acest domeniu se confruntă cu probleme instituționale majore, inclusiv cu incapacitatea de a accesa instrumentele și mecanisme/mijloacele de finanțare moderne sau tradiționale. În unele țări europene și nu numai, cooperativele de femei, companiile urbane nonprofit, cooperativele urbane, ONG-urile care desfășoară activități comerciale își deschid și își închid ciclul vieții fără a beneficia măcar de mijloacele de finanțare obișnuite și convenționale ale unei afaceri mici, epuizând stocul de subvenții gratuite din diferite surse naționale și internaționale.

În țările UE, în general, problemele accesării mecanismelor de finanțare nu reprezintă un „privilegiu” exclusiv al economiei sociale. Problema accesului dificil la împrumuturile bancare pentru companiile mici rămâne la fel de acută și intratabilă ca și în perioada de după activarea instrumentelor de finanțare garantată și a capitalului de risc.

Cu siguranță, problema finanțării întreprinderilor mici și, evident, a întreprinderilor sociale va reprezenta probabil cea mai importantă dimensiune care trebuie luată în considerare în politica de dezvoltare a antreprenoriatului ca un întreg.

Prin urmare, este clar că, pentru planificarea/pregătirea politicilor pentru economia socială și antreprenoriat, este necesară o analiză aprofundată a politicii de finanțare a afacerilor mici și a accesului acestora la împrumuturi bancare și la alte metode de finanțare.

O eroare întâlnită în mod obișnuit în multe țări este limitarea acestei discuții la problema mecanismelor de garantare în vederea facilitării accesului companiilor la împrumuturi bancare. Cu toate acestea, ceea ce lipsește, de obicei, este inclusivitatea unui instrument de garantare într-un set complet de servicii financiare care să ia în considerare nevoile de instrumente și mijloace paralele ale afacerilor, cum ar fi capitalul de risc, accesul la finanțarea afacerilor mici etc. Țările cu o tradiție recentă în politicele de sprijin al antreprenoriatului le lipsește o abordare realistă și specializată a nevoilor unui număr mare de afaceri mici care nu reușesc să stabilească relații bancare și să își asigure participarea în cadrul acoperirii riscurilor cu garanții suplimentare. Cu siguranță, această slăbiciune are de-a face cu toate tipurile de activități comerciale din sectorul economiei sociale.

Victor NICOLĂESCU
Manager de proiect
Asociația pentru Dezvoltare și Promovare
socio-economică CATALACTICA

LISTA ABREVIERILOR

AZCs	Centre de medicină a muncii
BEI	Banca Europeană de Investiții
BWs	Ateliere protejate
CEB	Banca de Dezvoltare a Consiliului Europei
CEPES	Confederația Afacerilor Economiei Sociale Spaniole
CIRIEC	Centrul Internațional de Cercetare și Informare privind Economia Publică, Socială și Cooperativă
EFTs	Întreprinderi de formare la locul de muncă
EMES	Rețeaua Europeană de Cercetare cu privire la întreprinderile sociale
ETAs	Întreprinderi de muncă adaptate
EURADA	Asociația Europeană a Companiilor de Dezvoltare
FEDR	Fondul European de Dezvoltare Regională
FEI	Fondul European de Investiții
FH	Fonduri tip holding
FSE	Fondul Social European
IBs/EIs	Întreprinderi de integrare a muncii
IMF	Instituții de microfinanțare
IMM	Întreprinderi mici și mijlocii
JEREMIE	Joint European Resources for Micro to Medium Enterprises (Resursele europene comune pentru întreprinderile mici și mijlocii)
JESSICA	Joint European Support Program for Sustainable Investment in City Areas (Sprijin european comun pentru investiții durabile în zonele urbane)

MRI	Mission related investment (investiție privind activitatea)
OCV	Organizații comunitare și de voluntariat
ONG	Organizații nonguvernamentale
PIB	Produsul intern brut
PRI	Program related investment (investiție privind programul)
RI	Randamentul investiției
RSI	Randamentul social al investiției
SWPs	Ateliere sociale
UE	Uniunea Europeană

LISTA CASETELOR, TABLELELOR ȘI FIGURILOR

Caseta nr. 1.	Ultimii zece ani – consolidarea parteneriatului dintre al treilea sector și guvern.....	42
Caseta nr. 2.	Scurt plan de afaceri	62
Caseta nr. 3.	Cinci reguli pentru strângerea anuală de fonduri ...	78
Caseta nr. 4.	Exemplu de mesaj direct de mobilizare a comunităților pentru strângerea de fonduri.....	80
Caseta nr. 5.	Avantajele sprijinului special al proiectului.....	82
Caseta nr. 6.	Exemplul „Blue Orchard”	97
Caseta nr. 7.	Microfinanțare și microcredit	98
Caseta nr. 8.	Experiența elvețiană	100
Caseta nr. 9.	Perspectiva europeană	101
Caseta nr. 10.	„Street UK”	103
Caseta nr. 11.	ADIE - Association pour le droit à l'initiative économique (Asociația pentru dreptul la inițiativă economică).....	105
Caseta nr. 12.	Banca Grameen.....	106
Caseta nr. 13.	Elemente care diferențiază practicile capitalului de risc de cele ale filantropiei tradiționale	108
Caseta nr. 14.	Legea-cadru nr. 328/2000 din Italia – experiențe ale furnizării serviciilor de asistență.....	126
Caseta nr. 15.	Voucherele sociale în Franța – de la „ajutorul la domiciliu” la „servicii de îngrijire și asistență la domiciliu”	128
Caseta nr. 16.	Oportunități de finanțare de către aria politică.....	132
Caseta nr. 17.	Art. 19 din Directiva 2004/18/CE în cazul ellen.....	143
Caseta nr. 18.	„Forest of Dean Radio”	144
Caseta nr. 19.	„Help and Care”	145

Tabelul nr. 1.	Amploarea economiei sociale în unele țări europene.....	21
Tabelul nr. 2.	Criterii economice și sociale pentru întreprinderile sociale.....	68
Tabelul nr. 3.	Valoarea socială, impactul și beneficiile organizațiilor de economie socială	70
Tabelul nr. 4.	Alternative de finanțare disponibile conform etapei ciclului de viață al întreprinderii sociale	110
Tabelul nr. 5.	Alternative de finanțare disponibile, conform tipului de organizație.....	111
Tabelul nr. 6.	Clasificarea acțiunilor programului Grundtvig....	138
Figura nr. 1.	Ce să facă și ce să nu facă un antreprenor social	51
Figura nr. 2.	Structura organizațională și de management a „Klimax Plus” aprobată de Ministerul Elen de Sănătate și Solidaritate Socială cu nr. 5465/29.04.2011	61
Figura nr. 3.	Stadiile strângerii de fonduri.....	73
Figura nr. 4.	Variabilele strângerii de fonduri.....	74
Figura nr. 5.	Gama de alternative de finanțare disponibile (Palmer și Mornement, 2005).....	90
Figura nr. 6.	Resurse de finanțare	91
Figura nr. 7.	Etape în analiza RSI.....	93
Figura nr. 8.	Lanțul valoric al fondului de microfinanțare	100

Capitolul 1

TERMENI ȘI CONCEPTE DE BAZĂ ALE ECONOMIEI SOCIALE ȘI ALE ANTREPRENORIATULUI SOCIAL

1.1. Economia socială și antreprenoriatul social în Europa

1.1.1. Economia socială în Europa

În cea de-a doua jumătate a secolului al XIX-lea și în cursul secolului XX, divizarea și fragmentarea în cadrul tuturor organizațiilor de economie socială au fost sporite de compartimentarea și integrarea legală în sistemul economic dominant.

În mod evident, se disting trei subgrupe: cooperativele, societățile mutuale și asociațiile.

1. **Cooperativele** au fost integrate în economia de piață, au sectoare economice în cadrul cărora activitatea capitalistă a rămas la un nivel slab și au permis unei varietăți de grupuri să mobilizeze resursele necesare activităților lor (care erau evitate de către alți investitori). În timp ce unele tipuri de cooperative, cum ar fi cooperativele agricole, au reapărut aproape peste tot în lume, altele au fost fondate în funcție de țară, cum ar fi cooperativele de consum în Anglia și cooperativele de locuințe sociale/ajutor social din Germania, Marea Britanie și Suedia. În țările unde ritmul de industrializare a fost mai puțin rapid, cum ar fi Franța sau Italia, s-au dezvoltat cooperativele de producție ale muncitorilor (de exemplu, sectorul „a treia Italie”). Cooperativele puteau beneficia de anumite acorduri cu

statul, dar în cea mai mare parte erau supuse competiției. În general, consecința logică a fost aceea de a concentra mijloacele de producție și de a se specializa în activitățile legate în principal de identitățile membrilor lor¹.

2. Crearea sistemelor de ajutor social gratuit a schimbat îndeosebi rolul jucat de **societățile mutuale** în Europa. Astfel, la începutul secolului al XIX-lea, au fost adoptate numeroase inițiative care să răspundă problemelor ridicate de nivelul de dizabilitate, boala și vîrstă înaintată la locul de muncă și, prin solidaritate, să unească membrii unei profesii, ai unei industrie sau ai unei regiuni geografice. Fiind considerate drept instrumente de emancipare a muncitorului de către socialisti, drept bariere împotriva tulburărilor sociale de către liberali și conservatori, aceste societăți mutuale au fost tolerate și controlate de către guvern atât în Belgia, cât și în Franța, încă de la mijlocul secolului XIX, iar nivelurile și condițiile contribuțiilor și beneficiilor au fost aceleași la nivelul națiunilor.²
3. **Asociațiile** au fost strâns legate de diferite sisteme de ajutor social, corespunzătoare celor trei modele de regimuri de sisteme de ajutor social identificate de Esping-Andersen³.

În cadrul primului model, care corespunde sistemului social democrat al țărilor scandinave (cum ar fi Suedia și Danemarca), încrederea ridicată în puterile statului ca organizator al societății a determinat ca serviciile sociale să fie considerate drept o

¹ Vienney, C. (1982), *Socio-économie des organizations coopératives*, tome 2: „Analyse comparée des coopératives fonctionnant dans des systèmes socio-économiques différents”, Coopérative d’information et d’édition mutualiste, Paris.

² Laville, J.; Levesque, B.; Mendell, M. (2005), *The Social Economy. Diverse Approaches and Practices in Europe and Canada*, OECD, Paris.

³ Esping-Andersen, Gosta (1990), *The Three Worlds of Welfare Capitalism*, Harvard, Harvard University Press.

„colectivizare a nevoilor”⁴, dând prioritate integrării sociale și egalității de gen. În acest cadru, rolul asociațiilor a fost acela de a exercita presiune socială prin exprimarea cererilor și au mobilizat rețele pentru a solicita acordarea beneficiilor de către serviciul public.

În cadrul celei de-a doua configurații, aparținând sistemelor liberale și duale, serviciile sunt în mare parte absente. În ceea ce privește sistemul liberal de ajutor social caracteristic Regatului Unit al Marii Britanii, intervenția guvernului este concentrată asupra sectoarelor celor mai dezavantajate ale populației, fiind menținută neutralitatea în aria furnizării serviciilor. Astfel, consecința este lipsa serviciilor de îngrijire a copilului care duce la un număr cu mult mai mare al femeilor obligate să lucreze doar cu jumătate de normă⁵. Un deficit al serviciilor reglementate de stat care nu se găsesc pe piață este, de asemenea, caracteristic sistemelor duale specifice părții de sud a Europei, exemplificate de Spania, Italia și Portugalia. Centrate pe transferurile de numerar, astfel de sisteme evită serviciile și oferă protecție persoanelor bine integrate pe piața muncii, pe cheltuiala persoanelor prinse în capcana slujbelor nesigure sau în economia informală sau ilegală; în acest caz, „accesul la drepturi nu este nici universal, nici egalitarist, însă funcționează în funcție de cunoștințele personale, privilegii și patronat”⁶.

În ambele forme, rolul asociațiilor ca producători de bunuri sau servicii este foarte limitat, însă din motive diferite: în cazul modelului universalist, crearea de multe servicii noi cu sarcinile anterior îndeplinite de sectorul privat sunt transferate guvernului; în cazul modelelor liberale și duale, slaba externalizare a serviciilor, cu atribuții care rămân în mare parte în sarcina femeilor.

⁴ Arnlaug, Leira (1992), *Models of Motherhood: Welfare State Policy and Scandinavian Experiences of Everyday Practices*, Cambridge, Editura Cambridge University.

⁵ Lewis, Jane (1992), *Women in Britain since 1945*, Blackwell, Londra.

⁶ Ferrara, M. (1996), “The Southern Model of Welfare in Social Europe”, in *Journal of European Social Policies* (Jurnalul politicilor sociale europene), vol. 6.

În contrast cu celelalte două, cea de-a treia formă oferă asociațiilor un rol major în calitate de furnizori de servicii. Reglementarea ierarhică guvernează relațiile dintre asociații și guvern, serviciile asociative fiind considerate parte integrantă a politicilor sociale finanțate din impozite sau contribuții la asigurările sociale.

Statul stabilește regulile privind modul de furnizare a serviciilor și de asigurare a locurilor de muncă create. În cazul în care regulile sunt respectate, finanțarea este asigurată prin rambursare. În Germania, Austria, Franța și Belgia, asociațiile au fost pionieri în domeniul serviciilor sociale, identificând cerințe sociale emergente care ulterior au fost păstrate în sectorul asociativ, sub controlul statului. Astfel, reglementarea dată de stat a apropiat și mai mult asociațiile de guvern și le-au îndemnat să formeze federații la nivel național (afiliate la partide politice, biserici, Crucea Roșie și organizații neafiliate din Germania; organizații laice și catolice din Franța; structuri socialiste și creștine din Belgia)⁷.

1.1.2. Economia socială și capitalul social

Definirea economiei sociale nu este, aşadar, un lucru simplu, deoarece această expresie este folosită pentru a defini o lume complexă și un sistem de relații care guvernează sfera celui de-al treilea sector și a întreprinderilor non-profit: crearea de locuri de muncă flexibile, cetățenie activă, servicii pentru oameni, asistență socială descentralizată, siguranța drepturilor omului, politici consolidate de dezvoltare locală și cooperare socială. Astfel, se consideră că este o economie în care iau parte cei mai diferenți actori, de la cooperative la asociații de ajutor reciproc, fundații și asociații de voluntariat, precum și alte organisme al căror numitor comun este non-profitul⁸.

⁷ Laville, J.; Levesque, B.; Mendell, M. (2005), *The Social Economy. Diverse Approaches and Practices in Europe and Canada*, OECD, Paris.

⁸ Galliano, R., ASNM/EURADA, *Social Economy Entrepreneurship and Local Development*.

Cel de-al treilea sector se referă la o serie diversă de organizații, dincolo de sectoarele publice și private tradiționale, cuprindând cooperativele, organizațiile mutuale, asociațiile, fundațiile, instituțiile filantropice, organizațiile nonprofit și de voluntariat.

Această „împletire la un loc”, de către cel de-al treilea sector, a nevoilor nerealizate, a persoanelor șomere și a comunităților deprivate oferă perspectiva nevoilor satisfăcute, a persoanelor angajate și a comunităților dezvoltate. De asemenea, se oferă perspectiva unei comunități mai incluzive, unde cei aflați în afara modelelor prezente de dezvoltare pot avea acces la mai multe servicii, la perspectiva unui loc de muncă și la o comunitate mai vibrantă. Aceasta poate avea consecințe cu mult mai importante asupra încurajării identității locale în două moduri⁹.

În primul rând, poate contribui la construirea încrederei în comunitate – între nivelurile de bunăstare și nivelurile de săracie, cu alte cuvinte, între administratorii locali și sistemele de guvernare și persoanele aflate în săracie. Astfel, se contribuie la construirea unui sentiment de coeziune și solidaritate socială.

În al doilea rând, angajamentul civic ridicat, care este adesea asociat cu cel de-al treilea sector (de exemplu, voluntariatul, participarea, colaborarea în rețea, inclusiv prin folosirea TIC, și dezvoltarea organizațiilor informale ca un preludiu la dezvoltarea lor viitoare în cluburi și societăți), consolidează „capitalul social” local.

Tabelul nr. 1. Amploarea economiei sociale în unele țări europene

Țara și tipul de organizație	Numărul total de angajați	% din angajații civili	% din angajații civili salariați
GERMANIA			
> Cooperative	495.000		
> Ajutor reciproc	143.000		
> Asociații	1.603.530	6,29%	7,04%

⁹ Galliano, R., ASNM/EURADA, *Social Economy Entrepreneurship and Local Development*.

Țara și tipul de organizație	Numărul total de angajați	% din angajații civili	% din angajații civili salariați
<i>Total</i>	2.241.530		
BELGIA			
> Cooperative	33.500		
> Ajutor reciproc	11.230	7,15%	8,72%
> Asociații	226.280		
<i>Total</i>	271.010		
SPANIA			
> Cooperative	410.700		
> Ajutor reciproc	21.234	7,06%	9,44%
> Asociații	439.322		
<i>Total</i>	871.256		
FINLANDA			
> Cooperative	80.000		
> Ajutor reciproc	-	7,35%	8,82%
> Asociații	70.000		
<i>Total</i>	150.000		
FRANȚA			
> Cooperative	325.627		
> Ajutor reciproc	85.000	7,71%	8,88%
> Asociații	1.300.000		
<i>Total</i>	1.710.627		
PORTUGALIA			
> Cooperative	45.082		
> Ajutor reciproc	1.078	2,39%	3,34%
> Asociații	59.735		
<i>Total</i>	105.895		
REGATUL UNIT			
> Cooperative	181.000		
> Ajutor reciproc	27.500	6,59%	7,62%
> Asociații	1.473.000		
<i>Total</i>	1.681.500		
SUEDIA			
> Cooperative	100.000		
> Ajutor reciproc	8.000	4,59%	7,21&
> Asociații	75.000		
<i>Total</i>	183.000		
TOTAL 8 ȚĂRI	7.214.818	6,56%	7,69%

Sursa: CIRIEC, Rezultate intermediere (aprilie 1999).

De asemenea, forma organizațională participativă a organizațiilor celor de-al treilea sector (de exemplu, comisii la care participă utilizatorii, membrii comunității și/sau personalul angajat; cooperativele de muncitori; forumuri și conferințe ale utilizatorilor) dezvoltă ulterior un sentiment de apartenență la comunitate. Trebuie să remarcăm faptul că există persoane care au un interes special de a îi face pe cetățeni conștienți de drepturile și obligațiile lor civile.

Aceste resurse invizibile, dar de înaltă valoare nu sunt doar ele însele importante – prin crearea de comunități care să se simtă în largul lor –, ci s-au dovedit a fi importante pentru succesul economic local și progresul politic¹⁰.

La fel de important, înregistrarea unei diminuări a izolării și a neîncrederii determină un sentiment mai puternic al comunității, exprimat prin devotament față de valorile locale, ceea ce construiește o comunitate în care merită să trăiești. Așadar, cel de-al treilea sector poate contribui la construirea capitalului social și a celui uman existent într-o comunitate care are nevoie de schimbare și dezvoltare.

1.1.3. Întreprinderile sociale

Noțiunea de întreprindere socială a apărut prima dată în Italia, la mijlocul anilor 1990, în special prin intermediul lucrărilor Rețelei Europene de Cercetare EMES. Până de curând, noțiunile de „antreprenor social”, „antreprenoriat social” și „întreprindere socială” au fost folosite mai mult sau mai puțin de-a lungul acelorași linii: simplificând puțin, am putea spune că antreprenoriatul social a creat întreprinderi sociale. În ultimii zece ani însă, o literatură în rapidă dezvoltare a oferit diferite definiții și abordări ale fiecăreia dintre aceste trei noțiuni¹¹.

¹⁰ Gittell, J.R. (1998), *Building Social Capital*, Sage, Londra.

¹¹ Defourny, J.; Nyssens, M. (2008), „Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments”, EMES, *Working Papers Series*, nr. 08/01, Liège.

Termenul de „antreprenor social” a fost accentuat îndeosebi de către fundațiile și organizațiile americane, începând cu mijlocul anilor 1990. Acele entități identificau și sprijineau în diferite moduri persoanele fizice care lansau activități noi dedicate unei misiuni sociale, comportându-se în același timp ca adevărăți antreprenori în termeni de dinamism, implicare personală și practici inovative. Un astfel de antreprenor aduce cu sine noi moduri de a răspunde problemelor sociale. În Europa, pe de altă parte, accentul a fost pus mult mai adesea pe natura colectivă a întreprinderii sociale și pe forma asociativă sau cooperativă (cu toate acestea, abordarea americană câștigă din ce în ce mai multă influență).

Noțiunea de „antreprenariat social” a fost conceptualizată în moduri mai precise la sfârșitul anilor 1990¹² și pune în valoare procesele de inovare socială întreprinse de antreprenorii sociali. Cu toate acestea, conceptul este din ce în ce mai folosit în sens foarte larg, deoarece, pentru diferiți autori, el se referă la un spectru mai larg de inițiative, variind de la activismul voluntar la responsabilitatea socială corporativă. Între aceste două extreme, pot fi identificate mai multe categorii: inițiative individuale, organizații nonprofit care lansează noi activități, parteneriatul public-privat, parteneriate cu un scop social etc. În timp ce specialiștii americanii au tendința de a sublinia „limitele neclare” dintre formele legale și instituționale și „crearea valorii combinate” (profituri alături de valoarea socială) care caracterizează antreprenariatul social, cercetătorii europeni subliniază mai degrabă faptul că antreprenariatul social are loc cel mai adesea în cadrul celui de-al treilea sector. În orice caz, este clar faptul că, dintre noțiunile descrise, cea de „antreprenariat social” este cea mai cuprinzătoare.

În ceea ce privește conceptul de „întreprindere socială”, acesta a apărut mai întâi în Europa, mai precis, în Italia, unde a fost promovat de un jurnal lansat în anul 1990 și intitulat *Impresa sociale*. Conceptul a

¹² Defourny, J.; Nyssens, M. (eds.) (2008), „Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments”, *Working Papers Series*, nr. 08/01, Liège, Rețeaua Europeană de Cercetare EMES.

fost introdus pentru a desemna inițiativele inovatoare pe care parlamentul italian le-a adoptat sub forma legală a „cooperativei sociale” (un an mai târziu), iar alte țări europene au promulgat de atunci noi legi care să promoveze întreprinderile sociale. Prin astfel de abordări, Rețeaua EMES subliniază poziția întreprinderilor sociale europene „la răscrucăea dintre piață, politice publice și societatea civilă”, în special pentru a evidenția „hibridizarea” resurselor lor: întreprinderile sociale combină într-adevăr veniturile din vânzări sau taxele de la utilizatori cu subvențiile legate de misiunea lor socială și donațiile private și/sau voluntariatul.

1.2. Modele europene ale economiei sociale

1.2.1. Modelul scandinav

Modelul scandinav are scopul de a satisface nevoile de servicii sociale ale comunității și de a promova solidaritatea socială și egalitatea de gen prin implicarea organizațiilor cu apartenență democratică, sub forma mișcărilor sociale bine fondate, ale căror cereri sunt preluate de către stat și încorporate în legislația socială¹³.

În țările scandinave, noile organizații au reacționat în moduri diferite față de asociațiile tradiționale și au abandonat abordarea politică și culturală hegemonistă a anilor 1970, propunând în schimb „noi forme și soluții de organizare pentru problemele sociale locale” în anii 1980¹⁴.

Danemarca

„Întreprinderea socială” (*social virksomhed*) ca noțiune este încă nouă în Danemarca, fiind pe punctul de a intra în vocabularul comun

13. Anheier, K.H. (2002), „The Third Sector in Europe: Five Theses”, *Civil Society Working Paper*, 12, p. 6.

14 Cace, S. (coordonator) et al. (2010), *Social Economy in Europe* (Economia socială în Europa), Editura Expert, București, p. 93.

și în discursul danez despre coeziune socială¹⁵. Până în prezent, rămâne folosit în primul rând de către cercetătorii din al treilea sector, antreprenorii sociali însăși și reprezentanții celui de-al treilea sector. În rândul politicienilor, conceptul a fost folosit ca făcând parte dintr-o politică activă a pieței muncii, cu propunerea de a face întreprinderile tradiționale – și în special întreprinderile mici și mijlocii – mult mai responsabile din punct de vedere social, în probleme de integrare pe piața muncii a persoanelor fără un loc de muncă¹⁶.

Întreprinderile sociale și organizațiile de economie socială pot fi clasificate în patru grupe principale, în funcție de domeniul lor de activitate¹⁷:

1. organizații care asigură sprijin social voluntar, de exemplu, centrele de criză și adăposturile pentru femeile maltratate, „grupuri de sprijin” în toate ariile de criză socială și/sau psihologică (divorț, suicid, boli grave etc.) sau magazine economice aparținând comunităților religioase;
2. cooperative și companii cu apartenență democratică, unde membrii nu trebuie neapărat să lucreze în cadrul respectivei companii, ci doar să influențeze deciziile prin votul lor;
3. organizații care oferă educație și formare la locul de muncă grupurilor de persoane vulnerabile, excluse de pe piața muncii.
4. proiecte de dezvoltare locală și reînnoire urbană care stabilesc parteneriate locale între reprezentanții diferitelor sectoare (public, privat și al treilea sector).

¹⁵ Hulgård, L.; Bisballe, T. (2004), „Work integration social enterprises in Denmark”, *Working Papers Series*, nr. 04/08, Liège, Rețeaua Europeană de Cercetare EMES.

¹⁶ Liveng, A. (2001), *Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments*, EMES.

¹⁷ Liveng, A. (2001), *Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments*, EMES.

1.2.2. Modelul european continental

Modelul continental al economiei sociale se concentrează pe asistența socială reflectată în furnizare publică. În Germania și Austria, inițiativele erau denumite „autosprijin”, în efortul de a reflecta dorința de a împărtășe primul persoanele implicate. Inițiativele pot fi împărțite în trei subsecții: grupuri semiinformale, grupuri de autosprijin și grupuri de suport al cauzelor diferitelor persoane din afara rețelei de sprijin (acestea au caracter de voluntariat și munca plătită este doar complementară¹⁸). În plus, un cadru cuprindător pentru relația dintre stat și sectorul al treilea în furnizarea de servicii sociale este asigurat de tradiția germană a subvenționării¹⁹. În Franța și Belgia, concentrarea eforturilor s-a făcut direcțională pentru conceperea de noi moduri de furnizare de servicii asociative, știindu-se că lipsa unui motiv de profit în sine nu asigură respectul față de utilizator. Accentul noțiunii franceze de „economie socială” se distribuie pe aspectele economice, mutualism și economie comunală²⁰.

Franța

În Franța, conceptul de „întreprindere socială” (*entreprise sociale*) este încă un concept nou, a cărui utilizare și înțelegere rămân limitate la un cerc de experți și antreprenori sociali; nu este folosit într-adevăr ca un concept-cheie al politicienilor și nu este bine cunoscut în rândul publicului larg. De asemenea, noțiunea de întreprindere socială este departe de a fi câștigat recunoașterea similară celei câștigate de conceptul de „economie socială bazată pe solidaritate”, care a reunit consensul participanților la grupurile de analiză în ultimii douăzeci de ani.

¹⁸ Cace, S. (coordonator) et al. (2010), *Social Economy in Europe* (Economia socială în Europa), Editura Expert, București, p. 94.

¹⁹ Anheier, K.H. (2002), „The Third Sector in Europe: Five Theses”, *Civil Society Working Paper*, 12, p. 7.

²⁰ Anheier, K.H. (2002), „The Third Sector in Europe: Five Theses”, *Civil Society Working Paper*, 12, p. 7.

Limitele dintre asociații și cooperative devin din ce în ce mai neclare; această evoluție duce la crearea de noi forme legale despre care se poate spune că se concentrează pe conceptul de întreprindere socială²¹.

În mod evident, Franța – asemenea celorlalte țări UE – a previzionat dezvoltarea diferitelor tipuri de „întreprindere socială de integrare în câmpul muncii”²². În domeniul luptei împotriva diferitelor forme de excluziune, întreprinderile sociale de integrare în piața muncii au constituit, în anii 1980 și 1990, o strategie de luptă împotriva șomajului și a excluziunii, care s-a dovedit a fi inovatoare în ceea ce privea înființarea de întreprinderi care să servească unui scop social, și anume integrarea pe piața muncii a persoanelor dezavantajate (persoane șomere, beneficiari de ajutorare sociale, muncitori tineri cu calificări scăzute, persoane cu handicap etc.).

În anul 2004, cele 2.300 de structuri înregistrate care furnizau servicii de integrare pe piața muncii – întreprindere de integrare a muncii (*entreprises d'insertion*), întreprinderi de integrare a muncii temporare (*entreprises de travail temporaire d'insertion*), asociații intermediare (*associations intermédiaires*) și șantiere de integrare a muncii (*chantiers d'insertion*) – au angajat în jur de 220.000 de muncitori salariați²³.

Belgia

Conceptul de întreprindere socială este încă neclar în Belgie, dar este din ce în ce mai frecvent folosit pentru a accentua abordarea antreprenorială adoptată de un număr crescând de organizații din

²¹ Fraisse, L. (2001), *Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments*, EMES.

²² Eme, B.; Gardin, L. (2002), „Les entreprises d'insertion par le travail en France”, *Working Papers Series*, nr. 02/01, Liège: Rețeaua Europeană de Cercetare EMES.

²³ DARES (2006), *Première Information et Synthèse, L'insertion par l'activité économique en 2004*, aprilie, nr. 15.1

sectorul al treilea. Introducerea cadrului legal al „companiei cu scop social” în anul 1996 are cu siguranță legătură cu această tendință. Acest cadru nu este, strict vorbind, o nouă formă legală; de fapt, toate tipurile de corporații din domeniul activităților comerciale pot adopta eticheta de „companie cu scop social”, cu condiția ca acestea să nu se focalizeze pe îmbogățirea membrilor săi și ca statutele lor să respecte o serie de condiții. Cu toate acestea, statutul legal (revizuit în anul 2007) a fost adoptat de aproximativ 400 de întreprinderi între anii 1996 și 2006; acest lucru poate fi pus pe seama faptului că, odată adoptat, acest statut aduce cu el un număr considerabil de cerințe suplimentare față de cele asociate formei legale de companie tradițională²⁴.

Tipurile relevante de întreprinderi sociale din Flandra sunt atelierele sociale (*sociale Werkplaatsen* sau SWPs), centrele de medicină a muncii (*arbeidszorgcentra* sau AZCs), întreprinderi de integrare a muncii (*invoegbedrijven* sau IBs) și ateliere protejate (*beschuttewerkplaatsen* sau BWs)²⁵. Toate acestea urmăresc grupuri foarte diferite: atelierele BWs asigură locuri de muncă permanente pentru persoanele cu dizabilități fizice, mintale sau senzoriale. Centrele de medicină a muncii au ca scop asigurarea de locuri de muncă pe termen lung pentru un grup-țintă mult mai diversificat, a cărui caracteristică principală este aceea că membrii săi suferă de diferite probleme (cum ar fi nivelul foarte scăzut de calificare sau dependența de droguri). Atelierele sociale SWP se concentrează pe persoane care au fost inactive în ultimii cinci ani. În cele din urmă, întreprinderile IBs, a căror dimensiune antreprenorială este mai puternică, angajează, cu contracte pe perioadă nedeterminată, muncitori capabili să atingă un anumit nivel de productivitate. Această diversitate a grupurilor-țintă rezultă din dorința autorităților publice de a acoperi pe cât mai mult posibil eterogenitatea persoanelor aflate în căutarea unui loc de muncă, excluse de pe piața principală a muncii.

²⁴ Nyssens, M. (2001), *Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments*, EMES.

²⁵ Gregoire, O. (2008), *National Profiles of Work Integration Social Enterprises: Belgium*, EMES.

În Wallonia și Bruxelles, inițiativele de integrare pe piața muncii revin de obicei în responsabilitatea diferitelor autorități regionale, însă sunt foarte asemănătoare, ceea ce explică de ce sunt grupate împreună inițiativele din cele două regiuni pentru fiecare tip de întreprindere socială. Diferitele tipuri de inițiative studiate includ întreprinderile de integrare a muncii (*entreprises d'insertion* sau EI), întreprinderile de formare la locul de muncă (*entreprises de formation par le travail* sau EFTs), întreprinderi de muncă adaptată (*entreprises de travail adapté* sau ETAs) – cunoscute anterior sub denumirea de „ateliere protejate” (*ateliers protégés*) – și întreprinderi sociale de integrare a muncii nerecunoscute²⁶. Cu excepția întreprinderilor de formare la locul de muncă (EFT), care asigură cursuri de formare pe o perioadă care nu depășește 18 luni, toate tipurile de întreprinderi sociale de integrare a muncii din Bruxelles și Wallonia asigură locuri de muncă permanente pentru persoanele excluse de pe piața principală a muncii din diferite motive: dizabilitate, nivel scăzut de calificări, probleme psihosociale etc.

1.2.3. Modelul sud-european

În Italia, în anii 1970, cooperativile sociale au apărut în multe regiuni datorită capacitatea de a îndeplini funcții care mai înainte nu erau realizate, cum ar fi asigurarea de locuri de muncă pentru persoanele excluse de pe piața muncii și crearea unei game de servicii pentru aceste persoane. Chiar dacă economia socială în Italia rămâne mai puțin substanțială decât în alte țări, din cauza rolului dominant al statului în sectoare precum educația și sănătatea, activitatea dinamică recentă a cooperativelor bazate pe „solidaritate socială” este semnificativă²⁷. De menționat este noțiunea de asociere („asocialism”) în

²⁶ Gregoire, O. (2008), *National Profiles of Work Integration Social Enterprises: Belgium*, EMES.

²⁷ Cace, S. (coordonator) et al. (2010), *Social Economy in Europe* (Economia socială în Europa), Editura Expert, București, p. 95.

Italia, văzută drept o forță conservatoare atât împotriva puterii bisericii, cât și a statului la nivel local²⁸.

În Portugalia, legea cooperativelor pe bază de solidaritate socială (promulgată în anul 1998) unește bunurile și serviciile cu membrii „salariați”, beneficiarii de servicii și membrii „voluntari”. Cooperativile sociale care au apărut în Spania (ca urmare a legii adoptate în anul 1999) fac referire la serviciile sociale care furnizează educație, îngrijire a sănătății și inserție pe piața muncii, împlinind și alte nevoi sociale care nu sunt acoperite de piață²⁹.

Spania

În Spania, cooperativele, organizațiile de voluntariat, fundațiile ca și alte organizații nonprofit sunt parte, de ani de zile, a întreprinderilor generatoare de venituri în scopuri mai degrabă sociale decât comerciale. Începând cu anii 1990, astfel de întreprinderi au fost clasificate drept „economie socială”. Termenul se referă la orice fenomen economic care are o dimensiune socială sau orice fenomen social care are o dimensiune economică³⁰.

Rolul atribuit economiei sociale în sistemul spaniol de ajutor social a fost supus procesului de adaptare și schimbare în ultimii douăzeci de ani. Până la mijlocul anilor 1980, organizațiile nonprofit tradiționale care asigurau servicii persoanelor vulnerabile erau considerate rudimentare și pe cale de dispariție, asemenea organizațiilor caritabile mari, cu importanță istorică, precum Crucea Roșie și organizația catolică Cáritas³¹.

²⁸ Anheier, K.H. (2002), „The Third Sector in Europe: Five Theses”, *Civil Society Working Paper*, 12, p. 7.

²⁹ Cace, S. (coordonator) et al. (2010), *Social Economy in Europe* (Economia socială în Europa), Editura Expert, București, p. 95.

³⁰ Defourny, J.; Develtere, P. (1999), *The Social Economy: The Worldwide Making of a Third Sector*.

³¹ Vidal, I.; Claver, N., *The Socio-Economic Performance of Spanish Social Enterprises in the Field of Integration by Work*, CIES.

Conducătorii țării considerau că sistemul de ajutor social construit pe atunci ar fi trebuit să preia controlul asupra managementului, proiectării, finanțării și administrației tuturor nevoilor sociale, de sănătate și culturale.

În contrast cu această opinie și în paralel cu construirea noului sistem de ajutor social gratuit al Spaniei, au apărut noi organizații din rândul societății civile care acopereau, de asemenea, noi domenii de activitate. Perioada în care s-a înregistrat cea mai mare creștere a numărului de asociații și organizații nonprofit a fost cea a anilor 1980 și 1990, o perioadă care, de fapt, a coincis cu construirea acestui sistem de ajutor social gratuit.

În anul 2006, Spania a avut mai mult de 51.500 de întreprinderi de economie socială care au angajat mai mult de 2,4 milioane de oameni, reprezentând peste 25% din totalul populației active a Spaniei³².

În jur de 51.000 de întreprinderi de economie socială sunt reprezentate de o confederație numită Confederația Afacerilor Economiei Sociale Spaniole - *Confederation of Spanish Social Economy Businesses* (CEPES), care a fost fondată în anul 1992. Cuprindând 25 de federății, CEPES a asigurat o platformă pentru dialogul dintre întreprinderile economiei sociale și autoritățile publice. În plus, CEPES reprezintă întreprinderile spaniole ale economiei sociale în cadrul forumurilor europene și coordonează „Rețeaua euro-mediteraneană a economiei sociale”, care include Spania, Grecia, Italia, Franța și Portugalia.

Aspectele economice și sociale ale întreprinderilor de economie socială

Aspectele economice³³ ale întreprinderilor de economie socială din Spania sunt următoarele:

³² Li, S.; Wong, T. (2007), *Social Enterprise Policies of the United Kingdom, Spain and Hong Kong*, Legislative Council Secretariat (Secretariatul Consiliului Legislativ), Hong Kong.

³³ Vidal, I. (2005), „Social Enterprise and Social Inclusion: Social Enterprises in the Sphere of Work Integration”, *International Journal of Public Administration*.

1. Sunt în mod direct și continuu implicate în producția de bunuri și servicii.
2. Sunt înființate voluntar și conduse de un grup de entități care nu se supun controlului organizațiilor publice sau private, deși pot fi subvenționate din granturi publice.
3. Viabilitatea lor financiară depinde de eforturile membrilor și ale muncitorilor de a garanta resurse suficiente.
4. Dețin o parte importantă sau în creștere din veniturile activității comerciale de pe piață sau din contracte cu autoritățile publice
5. Au un număr minim de angajați.

Aspectele sociale³⁴ ale întreprinderilor din economia socială sunt următoarele:

1. Promovează un simț al responsabilității sociale pentru a servi comunitatea sau un grup specific de oameni la nivel local.
2. Sunt înființate de un grup de oameni care împărtășesc anumite nevoi sau obiective și doresc să contribuie într-un mod sau altul la bunăstarea comunității.
3. Profiturile lor nu vor fi împărtășite sau vor fi împărtășite într-o anumită măsură între membrii lor.
4. Au un management democratic și clienții sau consumatorii lor sunt reprezentați în organismele de conducere.

Rolul guvernului

Dezvoltarea economiei sociale a fost în mare parte condusă de guvern. În anul 1985, Ministerul Muncii și Afacerilor Sociale a înființat secretariatul general pentru ocuparea forței de muncă pentru a aborda problemele ocupării, inclusiv dezvoltarea economiei sociale. Secretariatul general pentru ocuparea forței de muncă are o structură

³⁴ Vidal, I. (2005), „Social Enterprise and Social Inclusion: Social Enterprises in the Sphere of Work Integration”, *International Journal of Public Administration*.

specializată (Direcția Generală pentru Promovarea Economiei Sociale și a Fondului Social European) care răspunde de coordonarea departamentelor guvernamentale ce promovează economia socială, de întocmirea acordurilor și contractelor de economie socială cu cele 17 regiuni autonome ale Spaniei (cum ar fi Serviciul Public Național de Ocupare a Forței de Muncă) și de facilitarea finanțării întreprinderilor și asociațiilor din sectorul economiei sociale³⁵.

Guvernul spaniol a privit economia socială ca pe un instrument de luptă împotriva șomajului, a sărăciei și a excluderii sociale. În Spania, rata șomajului a crescut de la aproximativ 2% la începutul anilor 1970 la mai mult de 10% la sfârșitul anilor 1970 și a atins cel mai înalt nivel, de 24,2%, în anul 1994. Apoi rata șomajului a scăzut treptat de la 18,8% în anul 1998 la 8,5% în anul 2006. Potrivit guvernului, un motiv important al scăderii ratei șomajului a fost creșterea economiei sociale³⁶. Statisticile Direcției Generale pentru Promovarea Economiei Sociale și a Fondului Social European arată că, din anul 1995 până în anul 2005, sectorul economiei sociale a creat un total de 420.000 de locuri de muncă, reprezentând o creștere de 67% (care a fost mai mare decât creșterea corespunzătoare de 41% de pe piața muncii în general).

Italia

Odată cu unificarea politică italiană (1861), prezența statului în ceea ce privește politicile sociale, cum ar fi asistența și sistemul de sănătate, a fost destul de deficitară. Organizațiile nonprofit formale și informale au fost înființate și și-au legitimat acțiunile începute cu sute de ani

³⁵ Li, S.; Wong, T. (2007), *Social Enterprise Policies of the United Kingdom, Spain and Hong Kong*, Legislative Council Secretariat (Secretariatul Consiliului Legislativ), Hong Kong.

³⁶ Li, S.; Wong, T. (2007), *Social Enterprise Policies of the United Kingdom, Spain and Hong Kong*, Legislative Council Secretariat (Secretariatul Consiliului Legislativ), Hong Kong.

înainte³⁷ (cum au fost: "Opere pie", "Società di mutuo soccorso", "Casse di risparmio", forme de organizații nonprofit private, cooperative caracterizate de ideologii religioase și politice). La sfârșitul anului 1880, a fost înființată prima rețea de cooperative italiene ("Lega nazionale delle cooperative", cu o bază socialistă puternică, formată din peste trei sute de cooperative, în special cu sediul în partea de nord a țării). Pe lângă "Lega nazionale delle società cooperative italiane", s-a creat "Confederazione delle cooperative italiane", cu o orientare catolică clară³⁸. Chiar dacă au îmbrățișat diferite abordări „idealiste” și au înregistrat o distribuire neuniformă în unele regiuni ale țării, mișcarea cooperativă și modul solidar de furnizare a serviciilor au fost în cele din urmă recunoscute³⁹.

Până în anii 1980, mișcarea de solidaritate a cooperativelor din Italia a cunoscut următoarele limitări:

1. regim mutual, conform căruia toate activitățile trebuiau să fie dedicate în mod exclusiv asociațiilor;
2. întregul sector a fost caracterizat de o contribuție puternică a organizațiilor de voluntariat, conform cărora (în special pentru cele catolice) toate aceste servicii nu puteau fi asigurate prin respectarea dinamicii antreprenoriale;
3. distribuirea acestor organizații a fost concentrată în puține regiuni italiene, în special în partea centrală și de nord;
4. sectorul public s-a arătat destul de neîncrezător în recunoașterea oficială a importanței acestei entități noi și efervescente; a testat legi și norme pentru a nu pierde consensul politic și a luat

³⁷ Messina, A.; Meneguzzo, M.; Carrera, D. (2007), *Solidarity-Based Economy in Italy. Practices for Local Entrepreneurship and Local Development: The Experience of Rome*.

³⁸ Zamagni, V. (2000), *Povertà e innovazioni istituzionali in Italia dal Medioevo ad oggi*, Bologna.

³⁹ Borzaga, C.; Ianes, A. (2006), *L'economia della solidarietà. Storia e prospettive della cooperazione sociale*, Roma.

în considerare presunile celor două mișcări politice diferite din Italia (de stânga și cea a democraților)⁴⁰.

Dezvoltarea celui de-al treilea sector

Cooperativele au ca scop instituțional interesul mutual al membrilor și acționarilor lor, care sunt beneficiari statutari, dar nu exclusivi al bunurilor și serviciilor ce sunt produse. Mai exact, se poate spune că o întreprindere cooperativă se caracterizează prin cinci principii de înființare: mutualitate internă, mutualitate externă, distribuire nonprofit, solidaritate intergenerațională și solidaritate intercooperativă. Datorită acestor principii, obiectivul principal al cooperativelor nu este acela de a atinge neapărat cele mai mari câștiguri din investițiile de capital, ci de a satisface o cerință sau o nevoie comună deja existentă, astfel încât să ofere membrilor sau acționarilor un avantaj sau o economie mai mare decât ar fi fost posibil în mod separat⁴¹.

Pentru a ajuta în mod special organizațiile de voluntariat implicate în implementarea îmbunătățită de resurse umane și în integrarea persoanelor dezavantajate, a fost înființată o nouă formă de cooperativă în anul 1991 (Legea nr. 381): cooperativa socială. Respectând principiile cooperative subliniate mai sus, cooperativele sociale cuprind fie *activitățile de asistență medicală* (managementul serviciilor de asistență medicală și de educație, asigurarea de asistență la domiciliu sau rezidențială pentru persoanele cu risc, servicii de îngrijire a copilului, activități culturale și inițiative de protecție a mediului), fie *activități de formare* (prezentarea oportunităților de angajare și a activităților întreprinderilor către persoanele dezavantajate care nu sunt capabile să intre în cercurile productive).

⁴⁰ Messina, A.; Meneguzzo, M.; Carrera, D. (2007), *Solidarity-based Economy in Italy. Practices for Local Entrepreneurship and Local Development: The Experience of Rome*.

⁴¹ Thomas, A. (2004), „The Rise of Social Cooperatives in Italy”, *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, vol. 15, nr. 3.

În anul 2005, existau peste 7.300 de cooperative sociale care angajaseră 244.000 de muncitori⁴². Cu toate acestea, această dezvoltare impresionantă a cooperativelor sociale nu a împiedicat alte tipuri de organizații din sectorul al treilea să dezvolte activități sociale antreprenoriale, precum și adoptarea unei legi a întreprinderilor sociale (Legea nr. 118/2005), ceea ce constituie fără doar și poate un punct de referință în istoria celui de-al treilea sector italian⁴³. Noua lege integrează principiul pluralismului formelor organizaționale și nu prevede structura organizatorică drept condiție de eligibilitate a unei întreprinderi sociale. Legea împarte organizațiile eligibile în două subsectoare: cel al companiilor și cel al organizațiilor care nu sunt companii. Caracterul inovativ al legii reiese atât din deschiderea spre noi sectoare de activitate, altele decât asistența socială, cât și din varietatea tipurilor de organizații eligibile pentru a deveni întreprinderi sociale.

1.2.4. Modelul anglo-saxon

Modelul anglo-saxon se bazează pe conceptul de organizații nonprofit. În spațiul anglo-saxon, în special organizația nonprofit și sectorul nonprofit au reaprins interesul pentru cel de-al treilea sector. În consecință, este util a se evidenția contribuția lor la analiza economiei sociale⁴⁴. Acest model diferențiază întreprinderile sociale de sectorul privat și, pe baza sprijinului voluntar și al beneficiarilor de a se concentra asupra zonelor dezavantajate sau asupra grupurilor

⁴² Borzaga, C.; Galera, G.; Zandonai, F. (2001), *Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments*, EMES.

⁴³ Borzaga, C.; Galera, G.; Zandonai, F. (2001), *Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments*, EMES.

⁴⁴ Defourny, J.; Develtere, P. (1999), „The Social Economy: The Worldwide Making of a Third Sector”, în: Defourny, J.; Develtere, P.; Fonteneau, B., *L'économie sociale au Nord et au Sud*, De Boeck, p. 17.

vulnerabile, activitățile derulate implică în mod frecvent dezvoltarea comunității, prin utilizarea eficientă a resurselor financiare și umane.⁴⁵

Termenul de *sector nonprofit* poate fi explicat în continuare prin următoarele caracteristici:

- au un caracter formal sau oficial, adică ele sunt instituționalizate într-o anumită măsură, ceea ce implică faptul că au personalitate juridică;
- sunt private și, în consecință, diferite de structurile statale și de organizațiile direct legate de guvern;
- sunt independente, în sensul că ele trebuie să își stablească propriile reguli și propria autoritate de luare a deciziilor;
- nu pot distribui profiturile către membri sau conducerea acestora (această obligație de a nu distribui profitul reprezintă o condiție constant întărită în cadrul acestui sector);
- activitățile lor trebuie să implice voluntari și donatori (membrii acestor organizații se consideră că ar trebui să fie voluntari, de asemenea)⁴⁶.

Centrul conceptual al abordării nonprofit se află în interzicerea distribuirii profiturilor și reprezintă cheia înțelegerii dintre asociațiile nonprofit, în timp ce conceptul economiei sociale se bazează într-o bună măsură pe principiile cooperării, în special bazate pe căutarea unei democrații economice⁴⁷.

Marea Britanie

Termenul de „economie socială” a dobândit o anumită popularitate de-a lungul anilor 1980, dar nu a făcut niciodată parte din vocabularul

⁴⁵ Cace, S. (coordonator) et al. (2010), *Social Economy in Europe* (Economia socială în Europa), Editura Expert, București, p. 92.

⁴⁶ Defourny, J.; Develtere, P. (1999), „The Social Economy: The Worldwide Making of a Third Sector”, în: Defourny, J.; Develtere, P.; Fonteneau, B., *L'économie sociale au Nord et au Sud*, De Boeck, p. 18.

⁴⁷ Defourny, J.; Develtere, P. (1999), p. 18-19.

britanic comun. Termenul de „al treilea sector” este categoric mai bine cunoscut și include sectorul voluntar, asociațiile, cooperativele, fundațiile și întreprinderile sociale⁴⁸. Al treilea sector, la cel mai înalt nivel de generalitate, se referă la organizațiile situate între piață și stat, în termeni de control și drept la proprietate. De asemenea, include organizațiile care se autoguvernează și care sunt independente de stat din punct de vedere constituțional; nu implică distribuirea profiturilor către acționari și beneficiază într-o mare măsură de voluntariat⁴⁹. Statisticile comparative indică Marea Britanie ca fiind plasată printre țările cu contribuții importante ale activității economice și ocupării în ceea ce privește economia socială⁵⁰.

Anunțurile din noiembrie 1998 și ianuarie 1999 privind o îmbunătățire majoră a unității din cadrul guvernului central responsabilă cu sectorul al treilea au realizat o schimbare importantă în relația dintre sectorul al treilea și guvernul central al Marii Britanii. Dezvoltarea relației parteneriale cu cel de-al treilea sector reprezintă o încercare calculată de a stabili pentru prima oară o poziție proactivă și semnificativ „orizontală” a politicii față de sectorul *per se*, de a se extinde dincolo de structurile de sprijin asigurate de sistemul legal și fiscal și de a suplimenta acordurile politicii „verticale” în anumite domenii care au dominat în trecut⁵¹.

În iulie 2002 a fost lansată o strategie pentru o perioadă de trei ani prin publicarea *Social Enterprise: A Strategy for Success (Întreprinderea socială: o strategie pentru succes)*. Strategia se structurează pe intervenții în trei domenii: crearea unui mediu favorizant, atingerea unor performanțe economice mai bune de către întreprinderile sociale și

⁴⁸ Cace, S. (coordonator) et al. (2010), *Social Economy in Europe* (Economia socială în Europa), Editura Expert, București, p. 109.

⁴⁹ Kendall, J. (2005), „Third Sector European Policy: Organizations between Market and State, the Policy Process and the EU”, *Third Sector European Policy Working Paper Series*, TSEP Network, Centre for Civil Society, p. 25.

⁵⁰ *Economia socială în Europa*, p. 109.

⁵¹ Kendall, J. (2000), „The mainstreaming of the third sector into public policy in England in the late 1990s: whys and wherefores”, *Civil Society Working Paper*, 2, p. 22.

determinarea valorii întreprinderii sociale. Structura sa a asimilat Unitatea Comunităților Active din cadrul Home Office (Ministerul de Interne), formându-se astfel *Biroul Sectorului al Treilea* (Office of the Third Sector - OTS), localizat în cadrul departamentului de coordonare ce raportează direct primului ministru (Cabinet Office)⁵².

În anul 2007, este publicat de către departamentul de coordonare un raport cu titlul *The Future Role of the Third Sector in Social and Economic Regeneration: Final Report* (Viitorul rol al sectorului al treilea în regenerarea socială și economică: Raport final), cu scopul de a oferi informații asupra politicilor guvernului privind sectorul al treilea. O nouă definiție și clasificare a sectorului al treilea apar în raportul susmenționat: guvernul definește al treilea sector ca organizații nonguvernamentale care sunt bazate pe valori și care, în principal, își reinvestesc excedentele ulterioare în obiective sociale, de mediu și culturale. Există o mare diversitate de organizații care formează sectorul al treilea și este important ca relația dintre guvern și sectorul al treilea să reflecte această diversitate. Sectorul poate fi, în mod simplu, clasificat după cum urmează:

Organizațiile comunitare și de voluntariat (OCV) sunt reprezentate de structuri de caritate (înregistrate sau neînregistrate) și noncaritabile (în Anglia și în Țara Galilor, la sfârșitul anului 2006, erau înregistrate 168.600 de organizații de caritate, fără cele 21.800 de filiale ale organizațiilor de caritate). Ele diferă de la cele cu nume de gospodării, precum „Barnardo’s” (una dintre cele 630 de organizații de caritate înregistrate cu venituri anuale de peste 10 milioane de lire sterline), până la mici depozite finanțate pentru a ajuta o anumită parohie (specific celor 35.300 de organizații de caritate înregistrate cu un venit anual sub 1.000 de lire sterline). O estimare recentă sugerează că sunt în jur de 110.000 de organizații caritabile neînregistrate (acestea includ universități, muzeu și galerii naționale, unele asociații de ajutor social și numeroase organizații educaționale și religioase de dimensiuni mici). Informațiile despre organizațiile necaritabile sunt vagi și multe dintre acestea funcționează fără a fi cunoscute nici

⁵² *Economia socială în Europa*, Editura Expert, București, p. 110.

organizațiilor publice și nici cercetătorilor. Varietatea lor în mărime și activități derulate este în mare parte asemănătoare organizațiilor caritabile, deși se referă la anumite tipuri de organizații (cum ar fi cluburi sportive comunitare pentru amatori sau organizații pe care legea le tratează ca având scop politic, e.g., Amnesty International, și care sunt în afara scopului caritabil). Trăsăturile comune ale organizațiilor din această categorie se referă la faptul că există și funcționează mai degrabă pentru un scop altruist decât pentru a aduce beneficii private, că au fost înființate și au putut fi consolidate fără a avea permisiunea statului și că se bazează într-o mai mare sau mai mică măsură pe sprijinul voluntarilor.

Întreprinderile sociale: în anul 2005, erau peste 55.000 de întreprinderi sociale, unele dintre acestea încadrându-se și în categoria OCV-urilor sau a cooperativelor. Cifra de afaceri anuală a întreprinderilor sociale era în jur de 27 miliarde de lire sterline și contribuia cu aproape 8,4 miliarde de lire sterline la PIB. Întreprinderile sociale sunt active într-o gamă largă de activități economice, în sectoare precum formarea profesională, asistență socială, asistență medicală, locuințe sociale, activități de timp liber și îngrijirea copiilor. Ele includ organizații precum cele care comercializează bunuri prin comerțul echitabil (precum „Café Direct”), organizații înființate pentru a asigura oportunități de angajare pentru persoanele dezavantajate (companii sociale) și fonduri de dezvoltare.

Cooperative și organizații mutuale – în luna decembrie 2005, existau peste 8.100 de societăți industriale și de economii înregistrate la Autoritatea Serviciilor Financiare, care înregistrau aproximativ 19 milioane de membri. Cele mai importante sunt cooperativele de consum și de producție, consorțiile cooperatiste, cooperativele agricole și cooperativele de ajutor social. În luna septembrie 2006, erau înregistrate 567 de sindicate de credit, cu puțin sub o jumătate de milion de membri⁵³.

⁵³ (2007), *The Future Role of the Third Sector in Social and Economic Regeneration: Final Report*, HM Treasury, Cabinet Office, p. 6.

Politicele ultimului deceniu ale guvernului britanic privind întărirea sectorului al treilea sunt rezumate în cele ce urmează⁵⁴:

Casetă nr. 1

Ultimii zece ani – consolidarea parteneriatului dintre al treilea sector și guvern

Guvernul a pus în practică o varietate de măsuri pentru a forma un parteneriat cu sectorul al treilea și pentru a investi în promovarea și creșterea sectorului.

Charities Act (Legea organizațiilor caritabile), care a primit acordul regal în luna noiembrie 2006, reformează legea activităților de caritate pentru a permite organizațiilor caritabile să se administreze singure mult mai eficient, pentru a îmbunătăți reglementarea privind strângerea de fonduri și pentru a reduce regulamentele asupra sectorului, în special pentru organizațiile caritabile mai mici, pentru a asigura o definiție clară a carității cu accent pe beneficiul public și pentru a moderniza funcțiile și puterile Comisiei de Caritate.

Acordul din anul 1998 privind relațiile dintre guvern și sectorul de voluntariat din Anglia (publicat în cooperare cu sectorul) și codurile acordului asigură un cadru de îndrumare a activităților parteneriatului stabilit între stat și sectorul al treilea. Acordurile locale care sunt operaționale în regiunile din Anglia sunt înțelegeri la nivel local pentru desfășurarea activităților în parteneriat. Comisarul reprezentant al acordului continuă implementarea principiilor acordului și susține diseminarea și aplicarea acestora în fața guvernului.

Analizele interdisciplinare din anii 2002 și 2004 privind rolul sectorului în furnizarea serviciilor publice au pus bazele unei recunoașteri sporite a rolului sectorului în transformarea serviciilor publice, precum și a investițiilor în creșterea capacitații sectorului. Constructorii de viitor asigură accesul la capitalul de împrumut și constructorii de capacitate

⁵⁴ (2007), *The Future Role of the Third Sector in Social and Economic Regeneration: Final Report*, HM Treasury, Cabinet Office, p. 8.

investesc în infrastructura sectorului. Planul de acțiune pentru livrarea serviciilor publice în sectorul al treilea, publicat în luna decembrie 2006, stabilește măsurile necesare pentru a îmbunătăți cadrul de punere în funcțiune a achizițiilor, în concordanță cu cerințele autorităților administrației locale. Începând cu anul 1998, Invest to Save Budget (bugetul de investiții pentru economii) a alocat peste 110 milioane de lire sterline pentru inițiativele inovatoare de furnizare a serviciilor, implicând organizațiile din sectorul al treilea.

Strategia pentru succes 2002 și Planul de acțiune pentru întreprinderea socială din 2006 au stabilit o viziune pentru un sector dinamic și sustenabil al întreprinderilor sociale, care să consolideze o economie incluzivă și în creștere. Planul de acțiune stabilește măsuri de promovare a valorii întreprinderii sociale, de îmbunătățire a accesului la informații și consultanță pentru întreprinderile sociale, de facilitare a accesului la finanțare și de promovare a colaborării în continuare dintre întreprinderea socială și guvern. În anul 2005, guvernul a lansat Compania de interes comunitar, care asigură o nouă formă legală ușor reglementată pentru întreprinderea socială.

Pachetul Getting Britain Giving anunțat în bugetul pentru anul 2000 a adus un număr de schimbări destinate să facă mai generos și flexibil cadrul de achitare eficientă a impozitelor. Pachetul a fost urmat de o serie de schimbări tehnice și activități promoționale, inclusiv Giving Campaign (Campania de dăruire) și Payroll Giving Grants Scheme (Programul de acordare a granturilor pentru salarii) pentru a încuraja o cultură mai mare de donare.

Ca recunoaștere a beneficiilor voluntariatului și mentoratului, guvernul a investit în creșterea numărului și calității oportunităților de voluntariat și în creșterea nivelului de conștientizare și înțelegere a beneficiilor activității de voluntariat la nivelul diferitelor categorii de grupuri. Astfel, a fost inclus lucrul cu grupurile excluse social prin intermediul programului Volunteering for All (Voluntariatul pentru toți) și promovarea și sărbătorirea voluntariatului prin intermediul evenimentului 2005 Year of the Volunteer (Anul 2005 – Anul voluntariatului). Drept rezultat al recomandărilor raportului Comisiei Russell despre

acțiunea și angajamentul tinerilor, s-au făcut investiții semnificative pentru dezvoltarea unui cadru destinat voluntariatului tinerilor, consolidând programul Millenium Volunteers (Voluntarii mileniului), continuat în prezent de organizația de voluntariat de tineret. Bazându-se pe definirea întreprinderii sociale, în anul 2011, guvernul britanic a creat Social Enterprise Unit în cadrul Departamentului pentru Comerț și Industrie.

1.2.5. Modelul ţărilor central și est-europene

Cazul ţărilor central și est-europene diferă de cazurile sus-menționate din cauza următoarelor obstacole care încetinesc creșterea organizațiilor în sectorul economiei sociale, după cum arată J. Defourny⁵⁵:

- influența „mitului tranzitiei”, care până acum a indus politici foarte dependente de crearea unei piețe libere, neînțelegând valoarea organizațiilor „alternative” pentru dezvoltarea locală și națională;
- opoziția culturală față de cooperative și opinia că ele sunt oarecum conservatoare din punct de vedere politic. În multe țări, există o perceptie negativă a vechilor cooperative ca organizații care au legături cu fostele regimuri comuniste – chiar dacă multe dintre aceste organizații erau de fapt create înainte de perioada comunistă;
- dependentă excesivă a întreprinderilor sociale de donatori, combinată cu o vedere limitată a rolului pe care organizațiile alternative îl pot juca;
- lipsa cadrelor legale care să reglementeze statutul cooperativelor și al altor organizații nonprofit;
- lipsă generală de încredere în mișcările de solidaritate – conceptul de solidaritate fiind folosit mai ales pentru a descrie relația unui individ cu prietenii și familia – și o percepție a

⁵⁵ EMES (1999), *European Network, The Emergence of Social Enterprises in Europe: A Short Overview*, Bruxelles.

activității economice orientate mai degrabă spre urmărirea propriului câștig decât spre o activitate cu beneficii pentru comunitate ca un întreg;

- predominarea unei culturi politice „parohiale” care induce actorilor economiei sociale o tendință de a-și limita orizonturile la urmărirea intereselor imediate;
- dificultatea de a mobiliza resursele umane.

Cu toate acestea, în ciuda dificultăților culturale, politice și juridice cu care se confruntă, atât cooperativele tradiționale, cât și noua generație de organizații nonprofit au un potențial real de dezvoltare.

Polonia

Conceptul de întreprindere socială este o noțiune în curs de dezvoltare în Polonia; nu există încă o definiție comună a conceptului care își are originea în conceptele sectorului al treilea, ale sectorului nonprofit și ale cooperativelor. Specificitatea întreprinderilor sociale, în comparație cu sectorul al treilea, cu organizațiile nonprofit sau cu cooperativele în general, se află în faptul că ele sunt producătoare de profit (dar nu pentru a maximiza profitul) și în faptul că se axează mai mult pe interesul general/interesele comunității (și nu numai pe obiectivele intereselor mutuale).

Întreprinderile sociale sunt încă un subiect rar de discurs public și sunt doar parțial integrate în politici și legi. Recent, câteva dezbateri politice au recunoscut potențialul sectorului al treilea și al întreprinderilor sociale ca mijloc pentru crearea de servicii pentru gospodării și comunități și de locuri de muncă pentru grupurile „dificil de angajat”⁵⁶.

Majoritatea întreprinderilor sociale din Polonia își desfășoară activitatea respectând cadrul legal al asociațiilor sau al altor organizații de voluntariat, al fundațiilor sau al cooperativelor.

⁵⁶ Leś, E. (2001), *Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments*, EMES.

De asemenea, Polonia a introdus o nouă formă legală adresată în special întreprinderilor sociale de integrare pe piața muncii. Legea cooperativelor sociale, care a fost promulgată în luna aprilie 2006, permite grupurilor nevoiașe selectate (cum ar fi foști prizonieri, șomeri pe termen lung, persoane cu dizabilități și foști dependenți de droguri sau alcool) să își înființeze o cooperativă socială. Această lege constituie o importantă inovație a politicii în domeniul ocupării forței de muncă pentru grupurile dezavantajate. Cooperativele sociale au dreptul de a prelua și îndeplini sarcini publice asemenea asociațiilor și fundațiilor și de a produce bunuri și servicii, respectând principiul limitării-maximizării profiturilor adresate indivizilor/membrilor cooperativelor.⁵⁷.

1.3. Antreprenoriatul social: valori și principii

Cel mai bun motiv pentru a începe o organizație este de a avea un sens – de a crea un produs sau serviciu care să facă lumea un loc mai bun.

*Guy Kawasaki,
antreprenor, investitor, autor*

În zilele de azi, modernitatea și schimbul de atitudine față de economia publică au oferit oportunitatea dezvoltării sectorului al treilea al economiei. Colapsul sau eșecul majorității modelelor economice existente au schimbat modul în care credeam că este constituită și reprezentată economia.

Mulți giganți financiari (bănci, companii, națiuni etc.) din trecutul recent au fost îngenunchiați sau conduși spre faliment după mulți ani

⁵⁷ Leś, E.; Jeliazkova, M. (2005), „The Social Economy in Central East and South East Europe”, în *The Social Economy in Central, East and South-East Europe: Emerging Trends of Social Innovation and Local Development*, Background Report, Trento, OECD.

de prosperitate – fapt care, în majoritatea cazurilor, era dincolo de orice rațiune pentru majoritatea analiștilor financiari. De fapt, a existat întotdeauna o explicație a profiturilor (care în majoritatea cazurilor, s-au concretizat în salarii și bonusuri pentru executivi), însă nu întotdeauna a existat și o cauză rezonabilă pe măsură pentru acest profit.

În special în ultima decadă, sunt numeroase cazuri de „povești ale succesului în afaceri” care, în majoritate, au în comun: reduceri la locurile de muncă și reduceri salariale în sectorul de producție, tranziția unităților de producție în țări cu o piață a muncii mai ieftină, investiții în schimbarea tehnologiilor de producție de linie și investiții în preluări riscante ale competiției printr-o abordare pe termen scurt a nevoilor, posibilităților și capacitateilor pieței locale și globale.

În plus, în anii abundenței de „credite de plastic”, analiștii financiari au încercat să tragă un semnal de alarmă și de judecată către liderii de piață și constructorii care experimentau libertatea unei realități zilnice fascinante și trăiau visul de „a fi prea mari pentru a da greș”.

Astăzi, acest aşa-numit vis al finanțării supraproducției cu bunuri, produse și servicii doar pentru a supraalimenta piețele supraconsumatoare s-a dovedit coșmarul guvernelor, al companiilor și al sutelor de milioane de faliți și/sau șomeri din întreaga lume.

Cea mai comună abordare negativă în strategiile companiilor pentru dezvoltare a urmat modelul de mai jos.

Scenariul unei strategii distructive a unei companii în abordarea dezvoltării

Compania locală produce un anumit produs pentru piața locală. Datorită creditului de finanțare, consumatorii cumpără acest produs în cantități mari. Piața are nevoie, se cer mai multe produse.

Compania trebuie să angajeze noi salariați pentru a ține pasul cu nevoile pieței.

Compania ia în considerare costul personalului existent și în curs de angajare.

Compania decide să investească în construirea de noi unități într-o altă țară cu o piață a muncii mai ieftină și ia un împrumut în acest sens.

Compania se mută și începe să producă și să își vândă produsul și în străinătate.

Compania, pentru a reduce cheltuielile și, în consecință, pentru a-și crește profiturile, decide să închidă unitatea locală de producție.

Compania sfârșește prin a-și importa mărfurile într-o piață locală care nu are capacitatea economică de a absorbi mărfurile importate și își vinde produsul mai ieftin în străinătate.

Veniturile companiei se reduc semnificativ, dar încă trebuie să ramburseze băncii împrumutul în moneda locală.

Cea mai importantă omisiune în acest scenariu al eșecului antreprenoriatului este că piețele nu sunt mai mari decât societățile. Piețele se bazează pe termenii competitivității, în timp ce societățile se bazează pe termenii coexistenței și cooperării dintre cetăteni.

În această prezentare simplificată, am ridicat problema promovării antreprenoriatului social nu numai ca mijloc de integrare socială pentru grupurile sociale vulnerabile, dar și ca mijloc de restaurare a coeziunii sociale în general. Mai mult, folosind antreprenoriatul social ca instrument de fortificare pentru locurile de muncă și, simultan, ca instrument pentru câștigarea experienței în muncă, societățile recâști-gă controlul asupra piețelor locale.

Definirea și deosebirea antreprenorului social

Persoanele cu succes în afaceri vin din medii atât de diverse încât este aproape imposibil să se scrie un ghid sau chiar o listă a tuturor condițiilor necesare pentru a obține un proiect de afacere prosperă.

În ciuda utilizării libere a termenului „antreprenor” pentru a descrie președintele administrației unei companii mari, comerciantul de la magazinul din colțul străzii sau Tânărul care a cumpărat o mică firmă în franciză sau o cafenea, trebuie luat cu seriozitate în

considerație faptul că antreprenor este orice persoană care organizează, desfășoară și își asumă riscul unei afaceri.

Așadar, ne dăm seama cu ușurință că antreprenoriatul este mult mai adecvat pentru persoanele care creează risc din materia primă a propriilor idei și din munca depusă în acest sens. Chiar dacă majoritatea antreprenorilor sunt motivați de profit, antreprenorii sociali trebuie să își dorească să înființeze o companie pe perioadă lungă și să împărtășească bucuria creării (nu numai să supraviețuiască competitivității). Pe scurt, antreprenorii sociali trebuie să combine pasiunea unei misiuni sociale (explicite și centrale) cu disciplina, inovația și hotărârea în afaceri:

- Antreprenorii sunt inovatori, orientați către oportunități, plini de resurse, sunt agenți ai schimbării care creează valori (Dees și Economy, *Enterprising Nonprofits*).
- Antreprenorul caută întotdeauna schimbarea, îi răspunde și o exploatează ca oportunitate (Peter Drucker).

După cum se poate vedea în mentalitatea „strict de afaceri”, se identifică cu certitudine lipsa rolului social al implementării antreprenoriatului care urmărește în principal realizări sociale (incluziunea, reducerea șomajului, reabilitarea etc.), în contextul în care obiectivul principal al afacerii rămâne profitabilitatea.

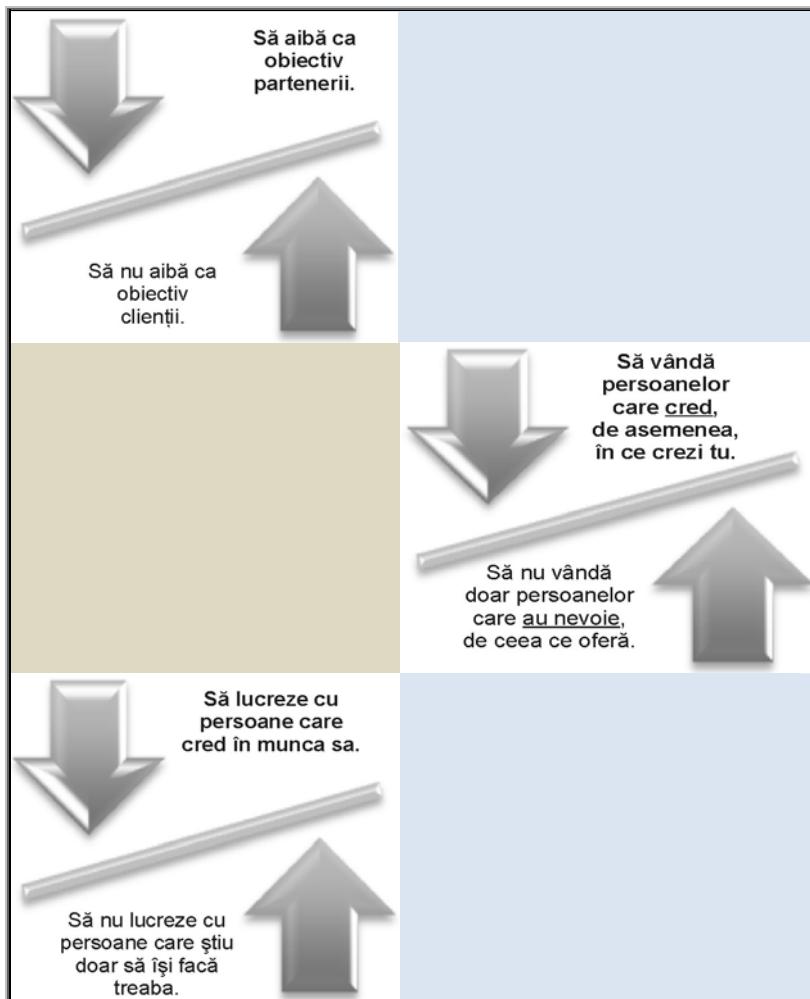
În același mod, trebuie să recunoaștem că există o confuzie între termenii de antreprenoriat și antreprenoriat social, dar și o mare controversă între antreprenoriat și management. Astfel, pentru a clarifica lucrurile, va trebui să acceptăm că, în primul rând, antreprenoriatul nu este unul și același lucru cu managementul. Managementul asigură desfășurarea în cele mai bune condiții a afacerii. Managerii administreză resurse alocate (oameni, capital, echipamente, materiale) și le valorifică în producție. Managerii pot transforma oportunitățile în numerar, dar nu le pot crea. Pe de altă parte, antreprenorii pot vedea oportunitățile și pot depune mai mult efort și muncă doar pentru a le transforma în realitate.

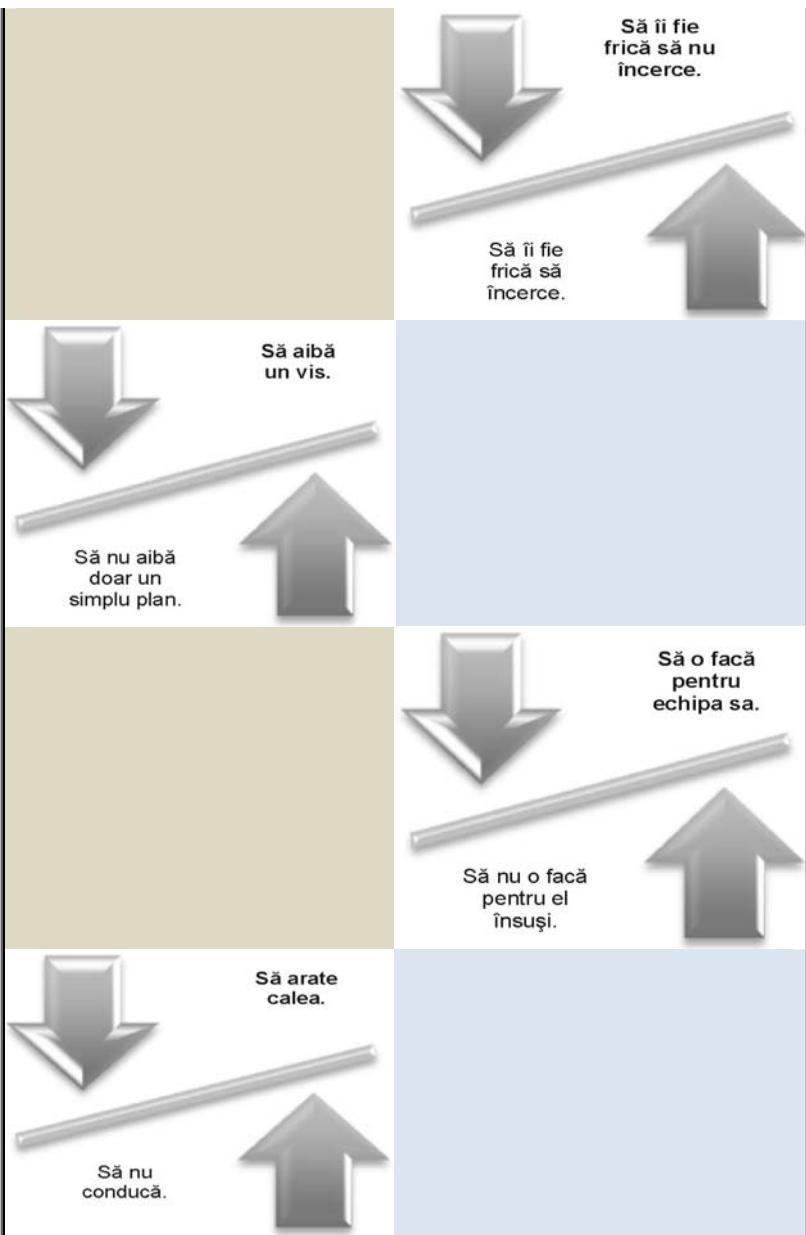
Având aceasta în minte, putem trece mai departe și recunoaște diferențele dintre antreprenoriat și antreprenoriatul social. Diferența de bază se găsește în obiectivul principal pe care îl pot stabili pentru piețe. Potrivit profesorului Nathaniel H. Leff, "Antreprenoriatul este capacitatea pentru inovare, investiții și extindere a noilor piețe, produse și tehnici". Se înțelege cu ușurință că, deși antreprenoriatul și antreprenoriatul social pornesc din același punct, urmăresc direcții total opuse. În timp ce antreprenoriatul urmărește superioritatea pe piață și eclipsarea concurenței, antreprenoriatul social urmărește o piață echilibrată, unde toate resursele și produsele să fie alocate în mod egal tuturor membrilor comunității la care se referă respectiva piață.

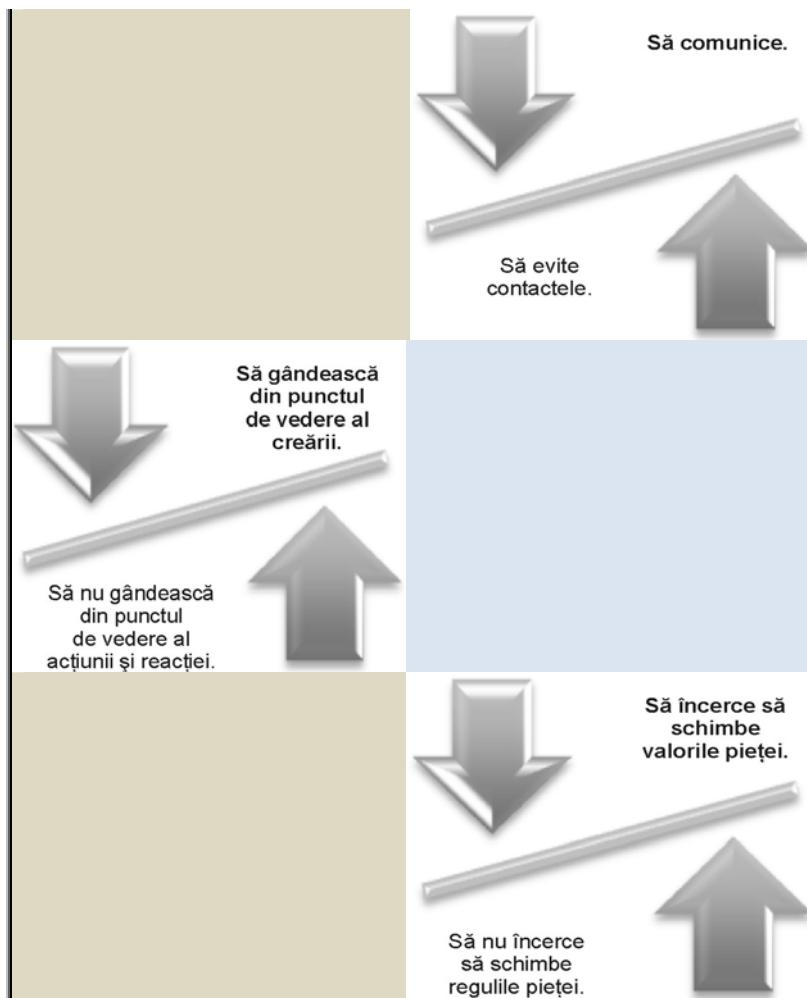
1.3.1. Cei 10 D ai antreprenorului social

- ✓ Dreamers - visători
- ✓ Decisiveness - hotărâre
- ✓ Doers – persoană activă
- ✓ Determination - determinare
- ✓ Dedication - dedicație
- ✓ Devotion - devotament
- ✓ Details – detalii
- ✓ Destiny – destin
- ✓ Diversity – diversitate
- ✓ Distribution - distribuție

Figura nr. 1. Ce să facă și ce să nu facă un antreprenor social







1.3.2. Întrebările cruciale în antreprenoriatul social

Este sigur că, atunci când un antreprenor ia propria lui decizie de a funcționa pe o piață (produs, bun, serviciu) (ce?), el vine cu toate

problemele posibile pe care trebuie să le rezolve (cum?) pentru a deveni viabil și profitabil (de ce?).

CAZ: Oricine se poate hotărî să pornească un restaurant cu autoservire sau servicii de catering pe o piață. (Cum o va face?) Își va finanța proiectul conform unui anumit plan de afaceri care îi va asigura avantajele față de concurenți. (De ce va face asta?) Pentru că este sigur că afacerea sa va fi profitabilă.

Din fericire, în cazul antreprenoriatului social, lucrurile nu funcționează – sau cel puțin nu trebuie să funcționeze – în acest fel. În cadrul antreprenoriatului social, trebuie să hotărâm mai întâi către ce direcție să ne îndreptăm și, dintre toate alegerile, să știm de ce ne angajăm resursele într-o nouă acțiune comercială.

De ce avem nevoie să începem o nouă afacere? Deoarece vom crea noi locuri de muncă pentru membrii noștri și/sau vom crea un loc cu activități de producție sau de comercializare a bunurilor/serviciilor. Cum facem? Ne finanțăm proiectul conform unui plan de afaceri fezabil, care ne va asigura responsabilitatea față de membri și de societate. Ce facem apoi? Începem să deschidem un restaurant cu autoservire sau servicii de catering.

Restul, care se referă la cei 4 P de pe piață, PRODUS, PREȚ, PLASARE, PROMOVARE, se supune răspunsului la aceste întrebări critice:

De ce ne decidem să aducem acest produs pe piață? (pentru că este un lucru practicat și plăcut de majoritatea membrilor noștri) – Produs.

De ce ajungem la acest preț de vânzare? (pentru că acest preț ne va da șansa de a implica mai mulți oameni în efortul nostru pentru inclusiune socială) – Preț.

De ce ne hotărâm asupra acestui loc pentru sediul afacerii noastre? (pentru că este accesibil tuturor membrilor și aproape de instituțiile de sprijin) – Plasare.

De ce ne promovăm produsul? (pentru că ne dorim ca mai mulți oameni să cunoască efortul nostru pentru inclusiune socială, egalitate și întărirea prezenței noastre în societate) – Promovare.

1.3.3. Etos și filosofie în economia socială

Soluția-cheie pentru a pune bazele structurii antreprenoriatului social se găsește doar în etosul și filosofia antreprenorilor sociali.

Oamenii nu cumpără „ce” faci tu. Oamenii cumpără „de ce” faci.

Modul în care faci lucrurile este doar o problemă de principii și valori personale.

Ceea ce faci este dovada vie de ce faci.

1.3.4. Criza financiară și antreprenoriatul social

Luând în considerare importanța capitalului în activitățile economice, este destul de rezonabil să se pună problema dificultăților de a identifica surse de finanțare din cauza lipsei de expertiză economică sau de afaceri. Acest lucru poate suna destul de rezonabil, dar poate, de asemenea, inhiba spiritul pentru incluziunea socială și pe piața muncii pentru grupurile sociale vulnerabile. Acest cadru restricționează posibilitățile doar pentru că clasifică în mod logic capitalurile neadecvate pentru intrarea în secțiunea punctelor slabe (Weaknesses) în cadrul unei analize SWOT amănunțite.

Acest manual își dorește să schimbe perspectiva finanțării alternative a sectorului economiei sociale, prin prezentarea unor anumite moduri de finanțare a antreprenoriatului social prin intermediul instituțiilor și/sau organizațiilor financiare naționale și internaționale.

Această perioadă de recesiune financiară globală a fost momentul potrivit pentru societăți să accentueze valoarea coeziunii sociale ca mijloc de bunăstare și prosperitate.

Astfel, vom încerca să abordăm această perioadă de timp drept oportunitate (Opportunity) în cadrul aceleiași analize SWOT. După toate constatările, ne vom întoarce și vom oferi societății, în ciuda dificultăților personale cu care se pot confrunta membrii antreprenoriatelor sociale, dovada punctelor forte și a calităților (Strength) care există în inima tuturor antreprenorilor sociali.

Așadar, tot ce mai rămâne este să fim atenți pentru a recunoaște și aborda toate amenințările (Threats) posibile care pot apărea de-a lungul construirii unui antreprenoriat social cu succes.

1.4. Descrierea și analiza antreprenoriatului social „Klimax Plus”

Istoria firmei sociale pentru al treilea sector al sănătății mintale. Prefectura Attica, „Klimax Plus”

Statul și piața reprezintă arii-cheie ale dezvoltării economice și sociale în cadrul economiilor eterogene moderne. Cu toate acestea, între aceste două arii, se plasează sectorul al treilea sau, altfel cunoscut, sectorul economiei sociale. În acest domeniu, activitățile socioeconomice desfășurate de ONG-uri, cooperative și alte structuri asociative care urmăresc reintegrarea socială pe piața muncii a persoanelor cu handicap sau a altor membri vulnerabili ai comunității se numesc întreprinderi sociale.

Conform Legii nr. 2716/1999 din Grecia, pacienți anterior internați și alți membri ai grupurilor sociale vulnerabile constituie întreprinderea socială cu răspundere limitată „Klimax Plus”, cu diversele activități.

„Klimax Plus” a fost înființată în Attica, la data de 10 mai 2005, sub supravegherea Direcției pentru Sănătate Mintală – Ministerul Sănătății și Solidarității Sociale.

Forma anterioară a acestui plan antreprenorial a fost inițiată de firma urbană “Klimax” la mijlocul anilor '90, care a desfășurat activități de cooperare pentru persoanele excluse social și cele cu diferențe culturale.

În anul 2004, prin inițiativa comunitară EQUAL, care urmărea implementarea și diseminarea mijloacelor de combatere a discriminării și inegalității în ocuparea forței de muncă, membrii „Klimax” au fost formați și mobilizați pentru a crea ”Klimax Plus”.

Odată cu obținerea unei autorizații de funcționare, „Klimax Plus” servește drept societate cu răspundere limitată care aparține

membrilor săi, este supravegheată de Departamentul de Sănătate Mintală și este formată din trei categorii principale de membri: prima categorie este formată din persoane cu probleme psihosociale (până la 45%); cea de-a doua din profesioniști în domeniul sănătății (35%); cea de-a treia, persoane fizice și juridice (până la 20%) („Klimax” are 74 de membri).

Conform obiectivului statutului modificat al Legii nr. 28/11/2008, „Klimax Plus” contribuie la integrarea socioeconomă și (re)integrarea persoanelor cu probleme psihosociale, contribuind la tratarea acestora și, acolo unde este posibil, la autosușinerea lor economică. Într-adevăr, pentru a atinge acest scop, „Klimax Plus” a elaborat planuri de acțiune care au fost finanțate din alte surse (de exemplu, Fondul European de Dezvoltare Regională, Fondul Social European și Ministerul Sănătății și Solidarității Sociale din cadrul Programului operațional Sănătate și bunăstare 2000-2008, sub titlul: (Re)Integrarea persoanelor cu probleme de sănătate mintală în procesul de producție).

În principal, cele două planuri de acțiune pe care se bazează „Klimax Plus” sunt:

A. MULTILAB

Acesta include:

- 1) fabricarea/repararea în ateliere a mobilierului de birou;
- 2) furnizarea de hârtie recicabilă, plastic, aluminiu, precum și produse fabricate în casă din hârtie reciclată.

B. MULTIACTIVITĂȚI

Acstea includ:

- 1) restaurant;
- 2) servicii de catering;
- 3) sală de știință, artă și cultură;
- 4) însوitor de sprijin pentru persoanele cu dizabilități;
- 5) bibliotecă despre sănătatea mintală;
- 6) radio pe internet;
- 7) centru de artă pentru divertismentul persoanelor cu handicap;

- 8) servicii logistice;
- 9) furnizarea de mărfuri/produse de băcănie;
- 10) închirieri de mașini;
- 11) servicii de curățenie;
- 12) web TV;
- 13) departamentul de artă și design.

Selectarea acestor activități se bazează pe două criterii principale:

- Utilizarea activităților din planul de afaceri care presupun mai multe calificări: specializarea într-un sector al antreprenoriaului ar impune anumite calificări pe care nu le au toți beneficiarii/membrii.

Prin extindere, o paletă de activități comerciale pune în valoare multiple competențe.

- Identificarea nevoilor și satisfacerea lor: experiența bogată a profesioniștilor din domeniul sănătății mintale care lucrează la „Klimax Plus” în ceea ce privește anumite nevoi ale unităților de reabilitare psihosocială a jucat un rol important în formularea serviciilor potrivite.

În plus, orice activitate existentă și posibila selectare a noilor domenii de dezvoltare se referă la trei principii de bază:

- inovație în stabilirea de parteneriate sociale;
- inițiativa de a schimba și adapta dezavantajele comparative ale membrilor în unitățile de producție;
- dezvoltarea perpetuă a activităților comerciale care conduc către diferite segmente de piață și intensifică tranzacțiile cu mai multe grupuri de părți interesate.

Produse, servicii și gradul de inovație

Astăzi, „Klimax Plus” poate fi caracterizată ca un grup de activități comerciale întreprinse de persoane fizice.

MULTILAB:

- Reciclarea: acest serviciu nu este doar sursa principală de venituri, ci și cea mai veche activitate a „Klimax Plus”. Serviciile de

reciclare ale „Klimax Plus” au fost lansate în anul 2004 și reprezintă strângerea, sortarea și transportarea materialelor reciclabile (hârtie, aluminiu, plastic etc.). Până în prezent, a avut o cooperare regulată cu mai bine de 200 de furnizori, dintre care: ministere, companii, autorități locale, bânci, susținători etc.

- Laboratorul de mobilă: „Klimax Plus” conduce un mic atelier de reparare și asamblare a mobilierului de casă și de birou.

MULTIACTIVITĂȚI:

- Restaurantul „The Other” a cuprins inițial un restaurant și o cafenea, cu viziunea de a crea un spațiu frumos de recreere pentru persoanele cu dizabilități și rudele acestora. În anul 2010, 10 membri ai „Klimax Plus”, finanțați prin Programul Leonardo da Vinci, au participat la o vizită de lucru în „Riverside Centre” Marea Britanie, pe tema formării în managementul și funcționarea restaurantelor și serviciilor de catering.
- Servicii de catering: evident, în legătură strânsă cu cerințele și posibilitățile restaurantului, „Klimax Plus” furnizează servicii de catering pentru evenimente.
- Transport de susținere pentru acoperișorul persoanelor cu dizabilități: aceasta este o activitate independentă a „Klimax Plus”. Mai exact, folosind un vehicul adaptat corespunzător, „Klimax Plus” asigură servicii de transport persoanelor cu handicap.
- Sală de științe, artă și cultură: o cameră complet echipată cu tehnologii avansate care să acopere toate nevoile posibile de formare, educație, teleconferințe și întâlniri de afaceri.
- Biblioteca despre sănătatea mintală: o bibliotecă concentrată pe tema sănătății mintale, poezie și literatură, care să contribuie la obiectivul de a aduce oamenii la locurile de muncă ale „Klimax Plus” și care să faciliteze donațiile și să stabilească parteneriate cu editurile care își prezintă noile publicații în sala de științe.
- Stație TV și radio pe internet („Klimax Plus WEB TV”, „Klimax Plus Radio”): folosind ultimele tehnologii în comunicații,

„Klimax Plus” le-a implementat în realizarea planurilor sale de a sensibiliza și informa publicul despre problemele de sănătate mintală. „Klimax Plus”, în anul 2010, profitând de Ziua Mondială a Sănătății Mintale pe 10 octombrie, a rulat un Maraton Radio pentru Sănătatea Mintală timp de 64 de ore.

- Grupul artistic de divertisment pentru persoanele cu dizabilități („Alternativa”): un serviciu de divertisment pentru persoanele cu handicap care sunt spitalizate. Folosind tehnici de terapie prin râs, cântece, jocuri, muzică, grupul „Alternativa” prezintă spectacole pentru pacienți.
- Departamentul de artă și design: un antreprenoriat care privește crearea tuturor tipurilor de materiale editate (cărți, broșuri, cartele, manuale etc.) pentru ONG-uri, departamente de responsabilitate socială ale companiilor mari etc.

Strategia corporativă a „Klimax Plus”

Luând în considerare diversitatea activităților „Klimax Plus”, este ușor de înțeles că toate aceste structuri diferite necesită abordări strategice diferite.

După cum știm, strategia în afaceri se referă la strategia fiecărei întreprinderi în parte (e.g., restaurant, radio web, reciclare). Strategia departamentală se referă la afacerile conexe (de exemplu, restaurant și catering, radio și TV pe internet etc.). Strategia de grup se referă la anumite activități care pot avea sau nu legătură între ele și pot fi sau nu grupate în divizii în cadrul grupului (e.g., restaurantul, serviciile de catering, sala de științe, radio pe internet, TV pe internet și biblioteca împart aceeași clădire, „Alternativa” face repetiții și ține spectacolele în sala de științe etc.).

Cea mai importantă dintre aceste strategii este strategia corporativă care se referă la strategia întregii firme. Strategia „Klimax Plus” înglobează strategia tuturor acțiunilor comerciale pentru fiecare dintre activitățile de afaceri în parte.

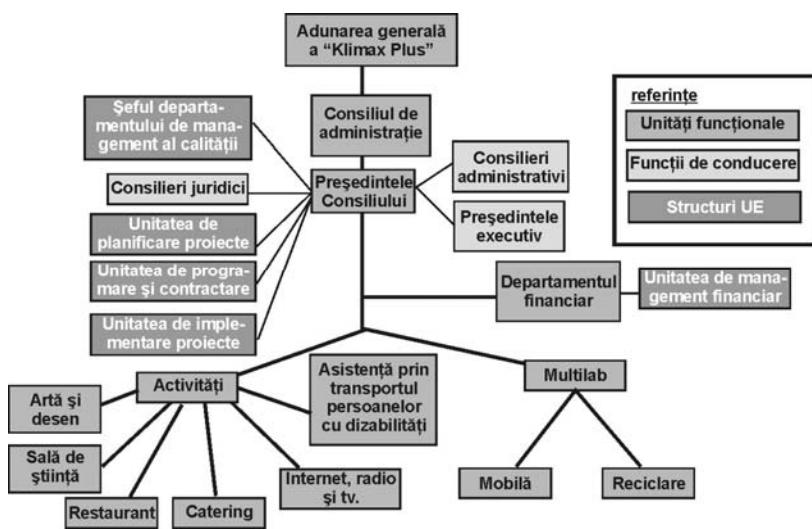
Strategia corporativă a „Klimax Plus” se referă la dezvoltarea activităților existente pentru a crea noi locuri de muncă și, în

consecință, pentru a investi în noi antreprenoriate. Toate acestea s-au combinat cu viziona principală a „Klimax Plus” privind promovarea unei integrări sociale și intervențiile terapeutice pentru persoanele cu probleme de sănătate mintală.

Structura organizațională și de management

Structura organizațională și de management a „Klimax” a devenit temă de studiu în cadrul Ghidului european. Această decizie a fost o provocare pentru toți membrii firmei de a dovedi nu numai semnificația socială și realizările acestoria, ci și, gândind ca antreprenori, de a câștiga posibilitatea accesului la finanțare directă din partea UE. „Klimax Plus” a reușit să devină prima întreprindere socială din Grecia care a primit certificatul eficienței manageriale (Declarația Ministerială a Ministerului Sănătății și Solidarității Sociale nr. 5465/29/04/2011 29/04/2011).

Figura nr. 2. Structura organizațională și de management a „Klimax Plus” aprobată de Ministerul Elen de Sănătate și Solidaritate Socială cu nr. 5465/29.04.2011





Casetă nr. 2

Scurt plan de afaceri

Date personale

Nume:

Adresă:

Data nașterii:

Locul nașterii:

Telefon fix:

Mobil:

Email:

Stare civilă:

Numărul de copii:

Istoria companiei

Descrierea posibilelor probleme cu care ați putea să vă confruntați

Descrierea produselor sau serviciilor ideii dumneavoastră de antreprenoriat

Grupul-țintă al produsului sau serviciului dumneavoastră

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Ce oferiți mai mult față de concurenții dumneavoastră?

Estimarea capacitați de lucru a grupului-țintă

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

Ce date există pentru concurenții dumneavoastră principali?

- 1.
- 2.
- 3.

Descrierea procedurii de producție/service

Predicția randamentului pentru primul an de activitate

Produse sau servicii	Unitatea de măsură	Cantități anuale	Preț unitar (€)	Venituri anuale
Total vânzări				

Predicția pentru consumul de materii prime în primul an de antreprenoriat

Produse sau servicii	Unitate de măsură	Cantități anuale	Preț unitar (€)	Cheltuieli anuale
Total costuri				

Alte cheltuieli în primul an de antreprenoriat

Categoria de cheltuieli	Unitate de măsură	Cantități anuale	Preț unitar (€)	Cheltuieli anuale
Total alte cheltuieli				

Angajații pentru primii 3 ani de antreprenoriat

Cost total al salariilor	Primul an	Al doilea an	Al treilea an

Costuri pentru investiții

Fixe (sediu, echipamente, parc auto etc.)	Preț unitar	Cantitate	Valoarea pe piața locală	Valoarea pe piața străină
Total costuri pentru investiții				

CAPITOLUL 2

SURSE TRADITIONALE DE FINANȚARE PENTRU ORGANIZAȚIILE DIN ECONOMIA SOCIALĂ

2.1. Contextul actual al finanțării economiei sociale

Una dintre dificultățile majore întâmpinate atunci când ne referim la economia socială este modul de delimitare a sectorului: care sunt caracteristicile și obiectivele importante ale acestuia și cum sunt stabilite și măsurate efectele/rezultatele. Înțelegerea naturii aşa-numitului „sector al treilea” al economiei contribuie la cunoașterea modului în care sunt organizate entitățile economiei sociale, cum funcționează și care este rolul acestora în sistemul social și economic local, național și internațional.

Sectorul al treilea al economiei primește din ce în ce mai multă atenție din partea autorităților naționale și fiecare țară încearcă să elaboreze o definiție pentru întreprinderea socială. Economia socială este poziționată în centrul interesului Uniunii Europene. Prin urmare, definiția europeană a economiei sociale, aprobată în anul 2002, enunță:

“Organizațiile economiei sociale sunt actori economici și sociali activi în toate sectoarele. Ele se caracterizează în principal prin scopurile și prin forma lor distinctivă de antreprenoriat. Economia socială include

organizații precum cooperativele, societățile mutuale, asociațiile și fundațiile. Aceste întreprinderi sunt active în special în anumite domenii, cum ar fi protecția socială, serviciile sociale, sănătatea, sistemul bancar, asigurările, producția agricolă, afaceri de consum, munca asociativă, comerțul cu produse meșteșugărești, servicii sociale, provizii, servicii zonale, educație și formare și în ariile culturii, sportului și activităților de timp liber" (CIRIEC, 2007).

Definiția de mai sus este destul de permisivă, creând o mare dificultate în includerea și descrierea caracteristicilor economiei sociale într-un singur enunț. În acest context, definiția europeană se concentrează pe următoarele coordonate:

1. Gama activităților economice.

Întreprinderile sociale au o gamă largă de activități, similară companiilor private. Potrivit definiției, antreprenoriatul social poate fi dezvoltat "în toate sectoarele".

2. Diferențierea scopului.

Acesta este un criteriu de clasificare major pentru întreprinderile sociale. Acest tip de întreprinderi și alte entități sociale nu funcționează sub prioritățile profitului, ci își focalizează produsele, rezultatele sau/și serviciile pe îndeplinirea obiectivelor sociale (așa cum sunt declarate în misiunea lor).

3. Diferențierea formei legale.

Definiția europeană include „statutul corporației” pe care îl poate avea o întreprindere socială (cooperative, societăți mutuale, asociații și fundații).

4. Diferențierea antreprenoriatului.

Se susține opinia că întreprinderile sociale schimbă înțelesul convențional al antreprenoriatului. Potrivit studiului standardelor CIRIEC (2007), această diferențiere se bazează pe dezvoltarea unor caracteristici comune:

- caracterul deosebit al obiectivului individual și social față de capital;
- voluntariatul și caracterul liber de membru;

- controlul democratic prin caracterul de membru;
- combinarea intereselor membrilor/utilizatorilor și/sau a interesului general;
- apărarea și aplicarea principiului solidarității și responsabilității;
- managementul autonom și independența de autoritățile publice;
- excedentul absolut este folosit pentru a îndeplini obiectivele de dezvoltare sustenabile, servicii de interes pentru membri sau de interes general.

Sursa: *Economia socială în Uniunea Europeană* (2007), CIRIEC, Bruxelles, Comisia Economică și Socială Europeană, p. 6.

EMES - European Research Network (*Rețeaua Europeană de Cercetare*) a propus un număr de criterii economice și sociale de identificare a întreprinderilor sociale:

Tabelul nr. 2. Criterii economice și sociale pentru întreprinderile sociale

Criterii economice	
Activitate continuă de servicii de producție de bunuri și/sau de vânzare	Întreprinderile sociale sunt direct implicate în producția de bunuri și furnizarea serviciilor către persoane în mod continuu. Activitatea de producție reprezintă astfel motivul sau unul dintre motivele principale ale existenței întreprinderilor sociale.
Grad ridicat de autonomie	Întreprinderile sociale sunt create de un grup de persoane în baza unui proiect autonom și sunt guvernate de aceste persoane. Este posibil ca ele să depindă de subvențiile publice, însă nu sunt conduse, în mod direct sau indirect, de autoritățile publice sau de alte organizații.
Nivel semnificativ de risc economic	Cei care înființează o întreprindere socială își asumă total sau parțial riscul inițiativei. Contra majorității instituțiilor publice, viabilitatea lor financiară depinde de eforturile membrilor și muncitorilor lor de a asigura resursele adecvate.

Cantitate minimă de muncă plătită	Ca și în cazul majorității organizațiilor nonprofit tradiționale, întreprinderile sociale pot, de asemenea, combina resursele monetare și nonmonetare, voluntariatul și munca remunerată. Activitatea desfășurată în întreprinderi sociale necesită un nivel minim de angajați plătiți.
Criterii sociale	
Scopul explicit pentru beneficiul comunității	Un scop principal al întreprinderilor sociale este de a servi comunitatea sau un grup specific de persoane. În acest context, o caracteristică a întreprinderilor sociale este dorința lor de a promova un simț al responsabilității sociale la nivel local.
O inițiativă lansată de un grup de cetățeni	Întreprinderile sociale sunt rezultatul dinamicii colective care implică persoane care aparțin unei comunități sau unui grup și care au în comun o nevoie sau un scop bine definit.
Puterea de a lua decizii care nu se bazează pe proprietatea de capital	Aceasta, în general, înseamnă principiul „un membru, un vot” sau cel puțin un proces de luare a deciziilor în cadrul căruia puterea votului nu este distribuită în funcție de influența capitalului social asupra organului administrativ care definește dreptul de luare a deciziilor finale.
Natura participativă care implică diferite părți afectate de activitate	Reprezentarea și participarea utilizatorilor sau clienților, influența acționarilor asupra luării deciziilor și managementul participativ sunt adesea caracteristici importante ale întreprinderilor sociale.

Sursa: *Economia socială în Uniunea Europeană* (2007), CIRIEC, Bruxelles, Comisia Economică și Socială Europeană, p. 9.

Întreprinderile sociale și organizațiile nonprofit reprezintă forma colectivă de bază a organizațiilor care sprijină dezvoltarea sectorului al treilea al economiei. Acestea sunt considerate a fi veriga de legătură care lipsește între sectorul public și cel privat. Adoptând o activitate antreprenorială, aceste entități sprijină și/sau completează funcțiile sectorului public, urmărind activități specifice unei instituții publice.

Bugg-Levine et al. (2012) consideră că întreprinderile sociale sunt „*organizații antreprenoriale care inovează pentru a rezolva probleme*”. Termenul de inovație se referă în principal la “(re)introducerea justiției sociale în sistemele de producție și distribuție”. Moulaert și Ailenei (2005), în *The Roberts Foundation. Homeless Economic Development Fund* (Fondul Roberts de dezvoltare a întreprinderilor) a definit întreprinderea socială drept „*o afacere generatoare de venituri, înființată pentru a crea oportunități economice adresate persoanelor cu venituri foarte mici în timp, funcționând totodată la limita financiară dintre profit și pierderi*”.

“O întreprindere socială este o întreprindere cu obiective în special sociale, ale cărei excedente sunt în primul rând reinvestite în întreprindere sau în comunitate, în loc să fie folosite în scopul creșterii profitului pentru acționari și proprietari” (DTI, 2002, citat în raportul special al Băncii Angliei, 2003).

Literatura din acest domeniu furnizează numeroase definiții pentru „întreprinderile sociale” și „antreprenoriatul social”. Ceea ce pare a fi semnificativ sub aspectul la care fac referire aceste definiții este accentul pus atât pe obiectivele, cât și pe rezultatele activităților organizațiilor sociale. Producția sau promovarea de valori sociale este, într-o anumită măsură, sinonimă cu profitul pentru o companie privată. Măsurarea rezultatelor sociale nu este o activitate ușoară pentru întreprindere, însă informațiile obținute în urma analizelor reprezintă un instrument de valoare pentru organizare, planificare, finanțare, altfel spus, pentru viabilitatea întreprinderii.

Tabelul nr. 3. Valoarea socială, impactul și beneficiile organizațiilor de economie socială

Valoarea socială	Valoarea socială rezultă din activitățile unei organizații și se reflectă asupra beneficiarilor serviciilor oferite de acestea.
Impactul	Impactul asupra celor persoane afectate de funcționarea unei organizații de economie socială.

Beneficii	Îndepărtarea/rezolvarea unei probleme sau situații cu care se confruntă acele persoane pentru care organizația de economie socială a fost înființată.
------------------	---

Sursa: *Economia socială în Uniunea Europeană* (2007), CIRIEC, Bruxelles, Comisia Economică și Socială Europeană, p. 61.

În acest context, activitățile unei întreprinderi sociale pot fi clasificate după cum urmează:

- vânzarea de bunuri și servicii sociale sau de mediu;
- comerțul pentru asigurarea (sau intersubvenționarea) bunurilor și serviciilor sociale sau de mediu;
- folosirea metodelor și mijloacelor de lucru care au un beneficiu social semnificativ.

Așadar, obiectivul major al unei întreprinderi sociale și al organizațiilor nonprofit nu este acela de a genera venituri pentru acționari, ci de a întoarce – prin intermediul activității sale – valorile sociale și beneficiile în favoarea membrilor săi, a angajaților și a întregii societăți. Pe de altă parte, o companie privată funcționează urmărind să își crească veniturile. Profitul este un indicator al stării economice a unei întreprinderi care își arată capacitatea, poziția pe piață, precum și disponibilitatea de a administra bani din economia privată prin intermediul acționarilor sau al împrumuturilor bancare. Bilanțurile care atestă bunăstarea întreprinderii asigură credibilitatea companiei și constituie un factor major pe care instituțiile bancare îl iau în considerare atunci când acordă împrumuturi sau alte produse financiare.

Obiectivul prioritar al unei întreprinderi sociale nu este profitul, dar aceasta nu înseamnă că sustenabilitatea reprezintă un factor marginal urmărit în cadrul activităților planificate și derulate. Bunăstarea fiscală, cea bugetară și eficientizarea costurilor programului de strângere de fonduri reprezintă componenta-cheie pentru întreprinderile sociale și organizațiile nonprofit. Acest aspect privește atât viabilitatea organizației, cât și cererile donatorului. Din această

perspectivă, donatorii se plasează în poziția de a condiționa finanțarea activităților propuse de către organizație.

- Donatorii se concentrează pe credibilitatea și responsabilitatea instituțională. Donatorii circumspecți sprijină organizațiile cu evoluții bugetare solide și cu o bună reputație privind responsabilitatea fiscală.
- Donatorii doresc să știe modul în care vor fi folosite contribuțiile lor și urmăresc să fie utilizate intelligent. Viitorii donatori sunt astfel motivați să realizeze contribuții semnificative ca răspuns la proiectele specifice și proiectările bugetare care generează alte oportunități.
- Donatorii recunosc beneficiile unei evoluții bugetare circumspecte. Evoluțiile bugetare circumspecte oferă persoanelor care iau decizii oportunitatea de a se concentra pe priorități și impact, iar monitorizarea evoluției oferă tuturor celor implicați o sansă de a participa în cadrul activităților programului.

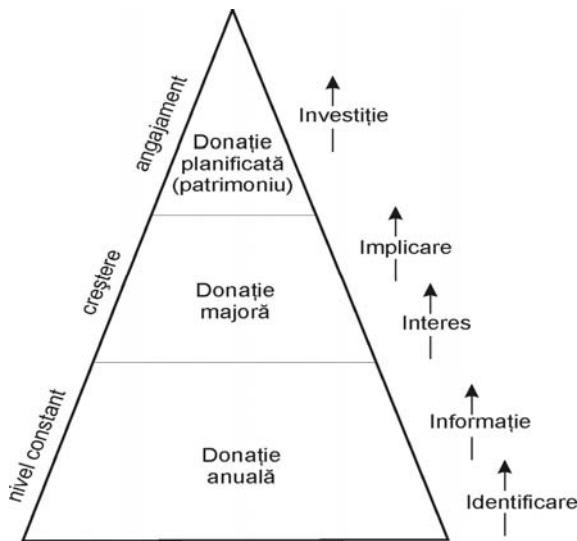
Astfel, o întrebare care trebuie permanent adresată este: „cum pot organizațiile/intreprinderile sociale să își finanțeze activitățile, astfel încât să își mențină și să își extindă activitățile în contextul managementului sustenabil?”

2.2. Dezvoltarea fondului de finanțare a structurilor de economie socială

Dezvoltarea fondului reprezintă o activitate majoră pentru organizațiile nonprofit și întreprinderile sociale, necesitând construirea de activități cu un grafic specific, planificarea, marketingul și angajamentul comunității (Greenfield, 2002). Seymour (așa cum este citat în Greendfield, 2002) definește dezvoltarea fondului ca fiind *“promovarea planificată a înțelegерii, participării și sprijinului”*. În plus, se menționează faptul că tehnicele de strângere de fonduri reprezintă instrumente majore pentru dezvoltarea fondului și oferă o reprezentare schematică a proiectării acordării finanțării sub forma

unei piramide pe trei niveluri, stabilind cele trei stadii ale activității de strângere de fonduri și nivelul de implicare din partea donatorilor.

Figura nr. 3. Stadiile strângerii de fonduri



Sursa: Greenfield, 2002.

Donațiile anuale, donațiile majore și, în cele din urmă, donațiile planificate sau imobiliare reprezintă cele trei stadii ale dezvoltării fondului. În acest context, responsabilitățile departamentului fondului sunt următoarele:

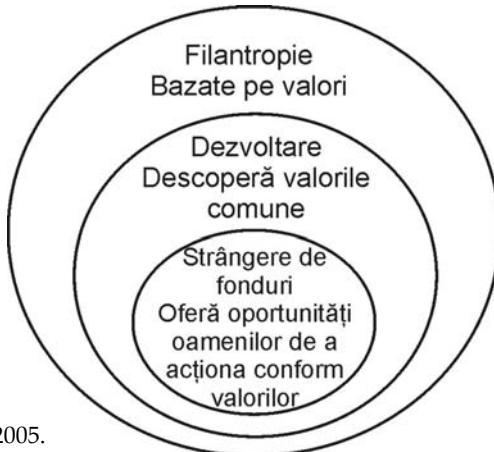
- de a construi comunitatea;
- de a răspunde, nu de a ordona;
- de a fi un catalizator care să faciliteze acțiunea;
- de a găsi oportunități de investiții;
- de a fi dinamic, deoarece misiunea și cauza sunt dinamice;
- de a căuta un proiect pentru a îndeplini obiectivele, nu numai pentru a da bani;
- de a considera solicitările drept o provocare, nu drept o datorie sau o treabă nesemnificativă;

- de a oferi un mijloc pentru donatorii de a-și îndeplini aspirațiile;
- de a folosi schimbul social pentru a atinge scopuri mai mari;
- de a munci tot timpul, *întotdeauna* în viitor;
- de a fi mai mult artist decât savant.

Mai mult, se subliniază rolul important al procesului de strângere de fonduri, afirmându-se că strângerea de fonduri este un sistem de responsabilitate și morală, legat complex de autoritate și control.

Grace (2005) menționează faptul că dezvoltarea și strângerea de fonduri reprezintă o variabilă critică care determină inovația unei întreprinderi sociale și poziționarea sa în comunitatea locală. În plus, el susține că strângerea de fonduri este *"modul de a da oamenilor oportunitățile de a ține seamă de propriile valori"*. Figura de mai jos prezintă relația dintre cele trei variabile determinante ale sistemului social, subliniindu-se faptul că dezvoltarea și strângerea de fonduri nu sunt termeni identici, ci mai degrabă variabile independente. Dezvoltarea, în acest caz, este definită ca o serie de activități deliberate, prin care organizațiile implică și rețin fonduri în cadrul unei relații donator-investitor.

Figura nr. 4. Variabilele strângerii de fonduri



Sursa: Grace, 2005.

Această definiție sugerează semnificația planificării în cadrul programului de dezvoltare și, ulterior, în cel de strângere de fonduri. Planificarea poate fi considerată atât un instrument important de administrare care poate fi folosit pentru o mai bună organizare a întreprinderii sociale (în termeni de organizare internă) și o comunicare mai eficientă cu membrii și angajații (de exemplu, programe, campanii și obiective generale), cât și un instrument de marketing care să fie utilizat cu donatorii și investitorii. Astfel, se apreciază faptul că acele organizații care implementează strategii pe termen lung pentru a identifica și dezvolta îmbinarea dintre valorile donatorului și valorile instituționale și, ulterior, se concentrează pe construirea de relații bazate pe valori comune sunt cu mult mai capabile să nu opună rezistență schimbării. Ele supraviețuiesc și pot chiar profita de schimbările din economie, de modelele de finanțare evolutive, de schimbările politice oscilante și de alte forțe care caracterizează capacitatea unor organizații de a păstra donatorii.

Tendințele contemporane indică faptul că viabilitatea unei întreprinderi sociale depinde de planificarea financiară, care, la rândul său, influențează deciziile donatorilor și ale investitorilor.

Următoarea secțiune prezintă sursele tradiționale importante de finanțare.

2.3. Surse tradiționale de finanțare

„Strângerea cu succes de fonduri se referă la persoana potrivită care cere clientului potrivit suma potrivită pentru proiectul potrivit la momentul potrivit în modul potrivit”. Cuvântul potrivit este folosit de șase ori în această propoziție. Aceste șase repetări reprezintă cei șase factori critici de succes ai fiecărei campanii de strângere de fonduri”.

Weinstein, 2009

Finanțarea organizațiilor economiei sociale este mixtă: se poate mobiliza finanțare atât privată, cât și publică, dar și surse monetare și nonmonetare. Există trei surse de bani pentru toate organizațiile nonprofit: guvernul, numit sectorul public; fundațiile, corporațiile și persoanele, care reprezintă sectorul privat; venituri câștigate din taxe pentru servicii și produse prin vânzare (Klein, 2004).

Întreprinderile sociale și organizațiile nonprofit se bazează îndeosebi pe taxele, alocațiile, donațiile membrilor și pe subvențiile guvernului pentru a-și finanța proiectele. În special, în faza de început, sursele de venituri sunt decisive pentru a-și stabili și urma scopurile și obiectivele. Sursele tradiționale de finanțare sunt considerate *"în cel mai bun caz, statice, în cel mai rău caz, în scădere"* (Klein, 2004). Pe măsură ce forțele și prioritățile economiei se schimbă, aceste organizații se confruntă cu amenințarea de a-și pierde o parte din sursele tradiționale de finanțare, în timp ce unele organizații nu au niciun fel de acces la acest tip de finanțare. Această nouă realitate determină apariția multor provocări în domeniul managementului pentru întreprinderile sociale. Procesul de finanțare nu poate însemna doar un efort pentru organizarea de evenimente și loterii mai bune de strângere a banilor, ci un management de instrumente strategice care va asigura existența pe termen lung a organizației pentru ca aceasta să își îndeplinească misiunea.

Strângerea anuală de fonduri

Strângerea anuală de fonduri este un efort instituțional organizat pentru a colecta donațiile de la donatorii. Aceste fonduri sunt folosite pentru a sprijini atât funcționarea zilnică a unei organizații nonprofit, cât și proiectele și programele planificate ale acesteia (Sagreant și Shang, 2010). Potrivit lui Greenfield (2002), strângerea anuală de fonduri trece dincolo de scopul de a strânge doar bani; finalitatea majoră este descoperirea și crearea unui grup de prieteni și susținători care sunt doritori să se alăture unei cauze.

Strângerea anuală de fonduri este considerată a fi cel mai des întâlnit tip de acțiune pentru strângerea banilor. Strângerea anuală de

fonduri este un proiect planificat pe o perioadă de un an, care are obiective specifice. Succesul strângerii anuale de fonduri depinde de planificarea organizațională, ceea ce necesită ca managerii sociali să dețină cunoștințe despre costurile anuale ale organizației, proiectele pe care doresc să le deruleze etc. De obicei, donatorii existenți sunt primii care sunt înștiințați, deoarece existența unui astfel de eveniment poate dobândi caracter instituțional și atrage mult mai ușor interesul diferitelor părți din societate.

Greenfield (2002) menționează: “*Programele anuale de donații, primele linii ale creșterii fondurilor, sunt acolo unde oamenii se implică în organizații nonprofit, acolo unde are loc majoritatea sponsorizărilor și unde se găsește cea mai mare varietate de metode și tehnici de strângere de fonduri. Donațiile anuale pot reprezenta întregul program de strângere de fonduri ale organizațiilor nonprofit care depind de aceste venituri pentru a-și acoperi cheltuielile anuale de funcționare. Donațiile anuale combină identificarea și recrutarea de noi donatori cu reînnoirea și actualizarea donatorilor anteriori. Donațiile anuale reprezintă, de asemenea, un mijloc de a extinde nivelul de implicare și participare a donatorilor prezenți la toate nivelurile, prin intermediul asociațiilor de membri sau prin primirea în cluburi de donatori, structuri și organizații de sprijin. Donațiile anuale oferă o mare varietate de oportunități pentru donatori, pentru a deveni activi ca voluntari și pentru a-și exersa autoritatea, în special în domeniile cunoscute de activități, beneficii și evenimente speciale*”.

Cel mai des întâlnite forme de donații sunt: în numerar, în natură și în servicii.

Astfel, Greenfield, în lucrarea sa “*Fundraising Fundamentals: A Guide to Annual Giving for Professionals and Volunteers*”(Fundamentele strângerii de fonduri: Un ghid al donațiilor anuale pentru profesioniști și voluntari), sugerează cinci reguli de bază ale strângerii anuale de fonduri (p. 50):

Casetă nr. 3

Cinci reguli pentru strângerea anuală de fonduri

1. *Un eveniment anual de strângere de fonduri este anual. Nu săriți peste un an pentru niciun motiv.*
2. *Selectați cei mai buni oameni posibili pe care îi puteți găsi pentru a ocupa funcțiile de conducere ale campaniei.*
3. *Elaborați-vă cazul pentru sprijin.*
4. *Implicați cât mai mulți voluntari posibil. Cu cât cereți bani de la mai mulți oameni, cu atât mai mulți bani veți primi.*
5. *Lucrați îndeaproape cu fiecare voluntar și asigurați toate instrumentele necesare pentru a vă derula acțiunile planificate. Asigurați-vă neapărat că vă arătați recunoștință când se încheie campania.*

În același mod, Weinstein (2009) face un rezumat al caracteristicilor evenimentelor anuale de strângere de fonduri:

- Fondurile anuale sunt fonduri de operare.
- Strategiile sunt construite pentru a produce o bază mare de sprijin.
- Accentul cade pe contribuțiile și garanțiile manifestate pe durata unui singur an.
- Strategiile folosite cel mai frecvent sunt prin poștă, în mod direct și selectiv, apeluri prin e-mail, solicitări telefonice și evenimente speciale.
- Evenimentele anuale de strângere de fonduri se bazează pe un număr mare de solicitări. Ratele de răspuns și nivelurile de donație cresc când se îmbunătățește selecția listei, când sunt bine stăpânite tehnicile de segmentare și când mesajul este bine formulat.

Alte modalități de a colecta fonduri anual sunt:

a. **Calitatea de membru**

Calitatea de membru construiește loialitatea și necesită dedicare și participare. Membrii anuali reprezintă o sursă majoră de finanțare.

Ceea ce este decisiv este ca membrii să își reînnoiască donațiile (contribuțiile anuale). Din acest motiv, este important din partea organizației sociale să dea membrilor săi „motivele” pentru care aceștia trebuie să continue ceea ce fac. Greenfield (2002) evidențiază acest aspect și identifică o varietate de motive pentru a deveni membru într-o organizație socială, cum ar fi:

- Membrii sunt considerați parteneri care împărtășesc valori, misiuni și aspirații comune.
- Calitatea de membru oferă oportunitatea de a se alătura unei organizații pentru un scop social și de a deveni membru activ al societății.
- Calitatea de membru atrage respectul celorlalți.

Weinstein (2009) menționează că taxele de membru ar trebui să fie în funcție de beneficiile tangibile și exclusive pentru membrii săi. Dacă se poate realiza acest lucru, atunci donatorii sunt încurajați să își reînnoiască calitatea de membru. De exemplu, Greenpeace formulează mesaje directe care urmăresc să mobilizeze comunitatea internațională și, în acest sens, „cer” donații.



“Ajutați Greenpeace să protejeze planeta. Vă rugăm să faceți o donație astăzi”.

Sursa: <https://donate.greenpeace.org/hpp/pay.shtml>.

În acest context, îmbogățirea și extinderea listei cu membri este o sursă importantă pentru strângerea de fonduri și depind de planificarea și managementul priorităților organizației sociale.

Casetă nr. 4

Exemplu de mesaj direct de mobilizare a comunităților pentru strângerea de fonduri



"Ajutați Greenpeace să protejeze planeta. Vă rugăm să faceți o donație astăzi"



"Dacă faceți o donație Fondului SUA pentru UNICEF, vă alăturați misiunii noastre de a face tot posibilul pentru a salva viețile copiilor. Ca membru de onoare a comunității noastre online, veți primi lunar Buletinul informativ electronic eNews și reactualizări ocazionale despre programele UNICEF de salvare a copiilor și despre eforturile de ajutorare în cazuri de urgență specifice dezastrelor naturale".



"Ajutorul vostru poate face să reapară zâmbete"

b. Reclamă și cupoane

Acst tip de strângere de fonduri folosește tehnici de promovare, sens în care întreprinderea socială și organizația non-profit se

adresează unei game largi de potențiali donatori. În acest mod, se aşteaptă o creștere a conștientizării publice și, în consecință, a numărului de membri și donații. Printre opțiunile de reclamă cel mai des întâlnite sunt televiziunea, radioul, ziarele, revistele etc. Acest tip de strângere a banilor se poate dovedi a fi un mod adecvat, însă publicitatea poate avea două bariere majore: a. costurile; b. o posibilă reacție negativă din partea publicului (de exemplu, organizația are deja destule venituri).

c. Donațiile comemorative și sub formă de omagiu

Donațiile comemorative și sub formă de omagiu sunt de obicei folosite pentru a marca ocazii speciale, precum zilele de naștere, aniversările, promovările, absolvirile etc. Sunt, de asemenea, folosite pentru a onora persoanele, făcând o donație caritabilă în numele lor, ca omagiu sau tribut. Cel mai des întâlnite ocazii sunt cadourile făcute în memoria unei persoane după decesul acesteia. Acest tip de donații contribuie la strângerea bugetului anual, dar este improbabil să devină un model cu caracter repetat. Acest lucru se datorează faptului că persoanele care fac donația doresc să își exprime respectul pentru o persoană anume la un moment anume.

d. Solicitarea de la ușă la ușă sau pe stradă

e. Pariurile și jocurile de noroc

Această categorie include diferite tipuri de pariuri și jocuri de noroc, precum: Bingo, licitațiile, cazinourile, loteriele etc.

f. Solicitarea la televizor sau prin teleton

g. Sprijin special al proiectului

Sprijinul special al proiectului este considerat drept o metodă de strângere de fonduri plasată între campania anuală de fonduri și cea de capital. Sprijinul provine de la persoane înstărite – donatori și/sau suporterii corporațiști. Weinstein (2009) prezintă trei mari avantaje ale sprijinului special al proiectului:

Casetă nr. 5

Avantajele sprijinului special al proiectului

- Donatorii obișnuiți (vechi) fac adesea un al doilea sau al treilea cadou ca răspuns la apelurile speciale ale proiectului.
- Fundațiile, persoanele înstărite și donatorii corporațiști iau în calcul adesea componentele atractive ale activităților principale ale organizației ca oportunități de finanțare.
- Sprijinul special al proiectului acoperă investițiile mai mari necesare pentru noi fonduri de rezervă ale proiectului, achizițiile de capital la o dimensiune adecvată și îmbunătățirea programului existent.

Sursa: Weinstein, 2009.

h. Evenimentele speciale

Organizarea evenimentelor speciale este o tehnică alternativă pentru o întreprindere socială și pentru organizațiile nonprofit de strângere a unor importante sume de bani. În funcție de scopul și bugetul evenimentului, entitățile sociale se pot adresa membrilor deja existenți, donatorilor individuali, precum și companiilor private și sectorului public. Un eveniment special poate contribui la planificarea economică a organizației sociale și, în același timp, poate aduce vizibilitate și publicitate, fapt care poate promova vizuirea și valorile organizației și poate atrage mai multe donații și mai mulți membri. Sunt considerate evenimente speciale:

- prânzuri, dineuri și alte mese festive;
- târguri și festivaluri;
- licitații;
- maratoane, turnee, întreceri și evenimente sportive;
- concerte de binefacere, conferințe și alte prezentări.

Un eveniment special poate fi un instrument suplimentar sau alternativ de finanțare. O întreprindere locală care nu participă la programul de finanțare al organizațiilor poate fi doritoare să sponsorizeze un eveniment special, cum ar fi un dîneu anual. Acest lucru devine mult mai atractiv dacă sponsorii pot beneficia de publicitate.

Evenimentele speciale pot servi nu numai nevoilor de strângere de fonduri, dar sunt, de asemenea, considerate adecvate atunci când o întreprindere socială sau o organizație non-profit dorește:

- să crească nivelul de vizibilitate - întreprinderea socială consideră că activitățile promovaționale înațe, în timpul și după eveniment vor contribui la vizibilitatea întreprinderii și la atragerea de noi membri;
- să îmbunătățească relația organizației cu publicul;
- să mobilizeze voluntari (și să atragă alți noi voluntari);
- să sărbătorească evenimente și realizări importante (cum ar fi aniversarea organizației);
- să mulțumească persoanelor dedicate care au ajutat și au contribuit în cadrul organizației;
- să demareze o campanie de strângere de fonduri sau de înscriere de noi membri.

Fondul corporativ sau de afaceri

Fondul corporativ sau de afaceri este considerat a fi o sursă alternativă de strângere de fonduri. Motivele majore pentru donațiile sectorului privat sunt:

a. În contextul responsabilității sociale corporative, sunt multe întreprinderi și camere de comerț care fac donații către anumite instituții, organizații non-profit și întreprinderi sociale. Această tactică este folosită în principal în lumea afacerilor atât pentru a crea o imagine mai pozitivă în ochii consumatorilor și ai comunităților locale, cât și pentru a profita de scutirile de taxe.

b. Multe companii angajează populația locală și sunt interesate să aibă angajați școlarizați și sănătoși, sens în care acordă sprijin colegilor, spitalelor și organizațiilor culturale.

c. Companiile private finanțează organizațiile caritabile comunitare pentru a proteja indirect procesul de producție de la nivel local.

Pentru întreprinderile sociale, fondul corporativ reprezintă o sursă alternativă de finanțare, existând multe companii private ce de-

rulează programe de responsabilitate socială corporativă direcționate către întreprinderile de economie socială. În multe cazuri, solicitarea de finanțare privată se poate dovedi a fi un proces dificil și de durată, fără rezultate garantate, depinzând atât de procedurile impuse din partea companiei, cât și de orientarea programului. În general, este acceptat faptul că, odată ce o întreprindere socială primește o finanțare corporativă, se creează o bază a sprijinului ulterior și un angajament pe termen lung din partea companiei private.

d. O a patra alternativă se referă la „marketingul cauzei”, prin care unele companii private aleg să doneze sume proporțional cu vânzările lor. Aceasta înseamnă că suma nu este fixă, deoarece depinde de volumul de vânzări. Întreprinderea socială, pe lângă donație, câștigă în plan comunitar, în termeni de publicitate.

Granturi guvernamentale naționale/internationale

Sectorul privat asigură un număr divers de surse de finanțare, dar se identifică un număr important de organisme guvernamentale și alte instituții naționale și internaționale care dețin sume disponibile pentru sprijinirea economiei sociale. Volumul fondurilor guvernamentale alternative depinde de structura economiei și de prioritățile acesteia. Cu alte cuvinte, circumstanțele proeminente influențează deciziile guvernamentale asupra sumei disponibile pentru organizațiile non-profit și întreprinderile sociale. Pe lângă finanțarea națională, există surse disponibile la nivel internațional, cum ar fi fondurile structurale ale Uniunii Europene.

2.4. Constrângeri și bariere pentru organizațiile de economie socială

Potrivit raportului Băncii Angliei (2002), întreprinderea socială se confruntă cu diferite provocări, din mai multe motive:

- Sunt anumite programe de alocare a căror prevedere principală este de a acoperi cheltuielile de operare efective pentru

organizații și participanți. În acest fel, chiar dacă întreprinderea socială își poate asigura desfășurarea activității în prezent, este incert dacă acest tip de venituri va asigura continuarea activității pe termen lung. Dacă, în perioada de acordare a grantului, organizația socială nu se află sub presiunea găsirii de capital pentru a-și finanța funcționarea și restul activităților și pentru a-și îndeplini misiunea, atunci nu are niciun motiv să dezvolte structuri de management sustenabile și să caute alte surse permanente de finanțare. Desfășurarea activității conform unor priorități manageriale statice nu creează nicio posibilitate pentru construirea de active care să garanteze eventualele datorii financiare în viitor.

- Programul de alocare impune anumite precondiții pentru folosirea capitalului alocat, ceea ce implică adesea ca veniturile să nu poată fi folosite de către organizație după cum consideră aceasta că ar fi cel mai adecvat. Cu alte cuvinte, orice alocare de granturi guvernamentale nu poate fi folosită drept garanție sau asigurare pentru niciun fel de activitate de împrumut. Acest lucru derivă din faptul că, dacă suma alocată este folosită de către organizație pentru achiziționarea unui activ și organizația folosește acest activ ca garanție pentru un împrumut, guvernul poate limita utilizarea acestora în alte scopuri.
- Așa cum indică raportul, o mare majoritate din granturi sunt acordate pentru a finanța proiecte specifice, și nu activitatea generală a organizației. Se precizează faptul că există adesea o înclinație către noi programe inovatoare și se poate încuraja devierea de la misiunea fundamentală a structurilor economiei sociale. În acest caz, organizațiile își adaptează operațiunile pentru a îndeplini criteriile finanțatorilor în loc să îndeplinească obiectivele sociale originale sau să dezvolte o activitate de comerț (Raportul Băncii Angliei, 2002).
- Sursele traditionale de finanțare (ex., granturile) nu sunt considerate surse permanente de venituri pentru întreprinderile sociale. Deși veniturile generate nu provin dintr-o sursă

sustenabilă, băncile și investitorii privați se feresc să acorde împrumuturi acestui tip de întreprinderi.

- O altă problemă este perioada de timp a alocărilor granturilor. Aceasta înseamnă că adesea capitalul acordat nu are o frecvență specifică, fapt care creează un deficit de flux de numerar organizațiilor, ceea ce le amenință sustenabilitatea.
- În cele din urmă, procesul de aplicare este criticat ca fiind birocratic și că necesită resurse umane pentru a se îndeplini condițiile de alocare, implementare, monitorizare și evaluare.

Dees (1998) susține că organizațiile nonprofit se confruntă cu două mari provocări: creșterea costurilor pentru a-și îndeplini scopurile și numărul din ce în ce mai mare al altor ONG-uri. În special numărul mare de organizații similare duce la donații mai puține și alocări mai reduse de granturi disponibile. O criză nu reprezintă doar o perioadă dificilă sau o problemă de flux de numerar. Majoritatea organizațiilor nonprofit pot avea fie probleme cauzate de factori externi, cum ar fi economia, fie pot suferi schimbări la nivelul priorităților de finanțare. Sursele tradiționale de finanțare, cum sunt subvențiile guvernamentale, caritatea și donațiile, nu sunt considerate eficiente în zilele de azi. Criza economică dovedește exact acest fapt: sursele au devenit limitate și viitorul acestor organizații este periclitat.

Dees (1998), studiind practica finanțării în SUA, spune că organizațiile nonprofit erau foarte dependente de taxe, subvenții și donații private. El observă, de asemenea, o tendință către surse alternative de finanțare și face o listă a următoarelor practici:

1. fonduri prin întreprinderi comerciale auxiliare (cum ar fi Save the Children – Salvați Copiii);
2. comercializarea programelor principale: această practică a fost selectată în efortul de a scădea nivelul de dependență de donație și de a atrage mai multe contribuții și contracte;
3. contracte cu agenții guvernamentale/de stat;
4. muncă gratuită pentru corporații (de exemplu, rapoarte gratuite);

5. statutul se schimbă din nonprofit în organizație cu profit sau sunt absorbite de companii cu profit.

De asemenea, Dees afirmă că aceste practici pot aduce pericole fundamentale pentru existența organizațiilor nonprofit, deoarece a) există provocări culturale și de activitate și b) activitatea comercială poatedezorienta misiunea socială a organizației. Obiectivul unei întreprinderi sociale nu este de a genera profit în termeni de valori monetare, ci, în schimb, de a crea beneficii pentru societate și de a asigura sprijin anumitor grupuri ale societății. Acest fapt afectează structura întreprinderii sociale, modul în care este organizată, precum și funcționarea financiară. Întreprinderile sociale trebuie să fie reorganizate în aşa fel încât să poată respecta regulile pieței și să fie activate într-un mediu complet competitiv.

Noile cerințe pot duce la un conflict cu obiectivele originare ale întreprinderii sociale. De asemenea, în termeni de activitate, este esențială angajarea persoanelor care dețin competențele și experiența managerială pentru promovarea obiectivelor întreprinderii. Aceste costuri pot împiedica întreprinderile de a decide o schimbare în profilul lor managerial. Mai devreme sau mai târziu, schimbarea statutelor manageriale și a priorităților va fi „impusă” de condițiile economice.

CAPITOLUL 3

SURSE ALTERNATIVE DE FINANȚARE ALE ECONOMIEI SOCIALE

Sursele tradiționale de finanțare nu mai sunt destul de adecvate pentru ca organizațiile nonprofit sau întreprinderile sociale să își atingă obiectivele și să își asigure viabilitatea. Mediul în continuă schimbare afectează nu numai activitatea sectorului privat, dar și circumstanțele în care funcționează economia socială. Noul mediu creează multe pericole, dar și multe oportunități de activitate.

Întreprinderile sociale își desfășoară activitatea în mediile complexe ale multor agenții care necesită interacțiunea cu părțile interesate (Leadbeater, 1997). Orientarea lor îi diferențiază de alte organizații sociale, prin faptul că nu se bazează pe alocarea de fonduri și donații, ci caută să-și deruleze activitățile tradiționale pentru a-și atinge obiectivele și pentru a deveni sustenabile. Astfel, întreprinderile sociale își pot desfășura activitatea în termeni de organizare și planificare asemenea celor din economia privată, însă se diferențiază în termeni de motivare. Profitul nu este un scop corporativ pentru întreprinderile sociale, ci mai degrabă modul de finanțare a scopurilor lor sociale.

Provocarea pentru aceste entități cu activități sociale este de a asigura fonduri pentru finanțarea activităților lor. În acest domeniu, întreprinderile sociale, pe lângă sursele tradiționale de finanțare, care

nu mai sunt considerate sustenabile, trebuie să funcționeze asemenea celor din economia privată. Din punct de vedere teoretic, împrumuturile bancare, fondurile etc. pot fi alternative atractive. În realitate, întreprinderile sociale se lovesc de multe dificultăți și constrângeri în accesarea acestor surse de capital.

Activitatea financiară a instituțiilor sociale reprezintă un interes major pentru atragerea de capitaluri private. Grace (2005) menționează că „*Toți investitorii din organizațiile nonprofit sunt donatori, însă nu toți donatorii sunt și investitori*”. Această afirmație indică orientarea surselor alternative pentru atragerea de capitaluri. Colectarea tradițională de fonduri se concentrează pe tranzacția imediată, în timp ce investițiile sunt egale cu dezvoltarea ca proces sistematic în mai mulți pași.

Un număr crescând de întreprinderi sociale și organizații nonprofit se îndepărtează de dependența de granturi și venituri dintr-o singură sursă, pentru a dezvolta o atitudine antreprenorială care urmărește câștigul de venituri prin activități comerciale (comercializarea de bunuri și servicii), astfel încât ia în considerare finanțarea prin împrumuturi și construirea unei baze de active. Tendințele contemporane indică faptul că întreprinderile sociale folosesc tehnici de afaceri și marketing pentru a-și servi obiectivele sociale. Sursele alternative de finanțare pot ajuta o întreprindere socială să se concentreze pe:

- a) construirea productivității;
- b) strategii de impact pe termen lung;
- c) sustenabilitatea modelului de afacere (Shortall și Alter, 2009).

Faptul că întreprinderile sociale nu urmăresc câștigarea de profit nu înseamnă că pot limita nivelurile comerciale ale profiturilor financiare. Așadar, întreprinderile sociale se pot adresa economiei private în mod limitat pentru a cere fonduri, dar nu înseamnă că întreprinderile sociale nu pot furniza capitaluri pe piață. Diferența majoră se referă la faptul că se adresează unui grup-țintă diferit al investitorilor: *un investitor sau un donator este o persoană sau o organizație al cărei angajament financiar față de o organizație nonprofit este ghidat de credința în valorile lor comune și în capacitatea investitorului și a*

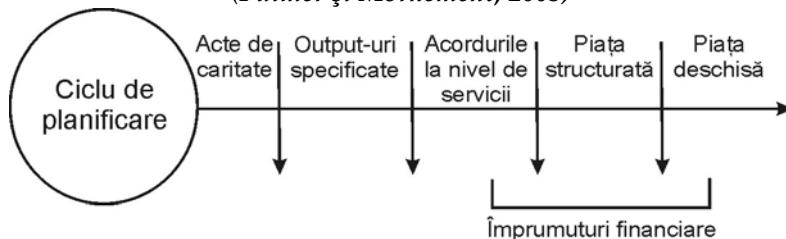
organizației de a beneficia reciproc, la fel ca și comunitatea” (Grace, 2005). Astfel, “*investiția socială este definită ca orice flux de capital care demarează, susține sau dezvoltă o acțiune individuală, de grup, organizațională sau sectorială, menită în principal să genereze valoare socială și de mediu, adesea sub formă de bunuri publice sau externalități pozitive*” (Nikholls și Paton, 2009).

Acest tip de investitori vizează câștiguri reduse sau chiar deloc, în schimbul impacturilor sociale sustenabile. Bugg-Levine et al. (2012) susțin că nu toate aceste organizații se pot autofinanța prin vânzări sau investiții, ceea ce înseamnă că acele entități nu se consideră destul de profitabile pentru a avea acces la finanțare bancară. Autorii definișc acest fapt drept „*decalajul câștiguri financiare-câștiguri sociale*”.

Există două categorii de investiții sociale:

1. restrâns: investițiile sociale restrâns reprezintă plasarea strategică a resurselor într-o întreprindere pentru a asigura atât un câștig finanțiar, cât și un rezultat social și de mediu pozitiv;
2. extinse: investițiile sociale extinse dezvoltă mai departe conceptul, prin includerea suplimentară a cazurilor în care investitorii nu caută și nu așteaptă să obțină câștiguri financiare pentru ei însăși – scopul lor este exclusiv de a realiza câștiguri sociale și de mediu specifice.

Figura nr. 5. Gama de alternative de finanțare disponibile
(Palmer și Mornement, 2005)

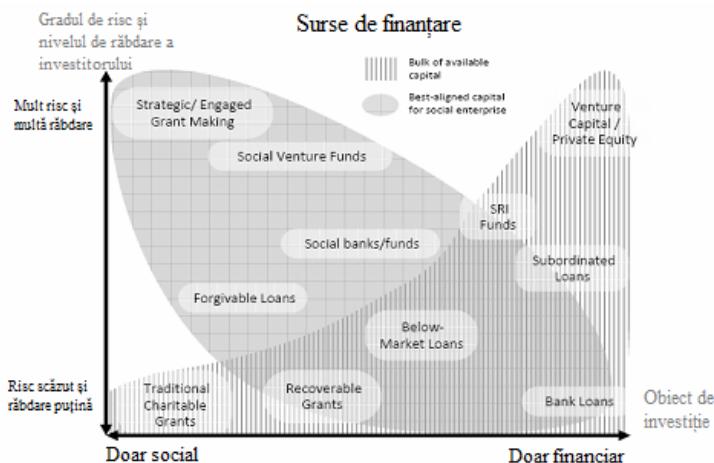


Sursa: Palmer și Mornement (2005), *From asking to earning. Experiences of trading (De la a cere la a câștiga. Experiențe comerciale)*.

Potrivit părerii autorilor, această diagramă reprezintă spectrul complet al surselor alternative de finanțare. Figura nr. 6 prezintă tranziția sensului de finanțare de la donator spre comerț (de la stânga la dreapta) sau, după spusele autorilor, „de la cerere la câștig”. Donațiile și alocările de fonduri rămân în continuare o sursă de venituri pentru întreprinderile sociale și organizațiile nonprofit. După cum notează Smallbone et al. (2001), “majoritatea formelor de întreprindere socială necesită sprijin financiar în etapele de pornire și în cea de comercializare inițială, deși dimensiunea sprijinului solicitat variază. Acest lucru înseamnă că întreprinderile sociale ar trebui să se adreseze pieței libere pentru a descoperi alternative de finanțare”.

Următoarele surse de finanțare pot fi folosite în mod paralel, fără a înlocui sursele tradiționale de finanțare. Shortall și Alter (2009) au clasificat întregul spectru al alternativelor de finanțare într-un sistem cu două dimensiuni. Axa y reprezintă toleranța investitorilor sociali la risc și axa x reprezintă obiectivul investiției.

Figura nr. 6. Resurse de finanțare



Sursa: Shortall și Alter (2009).

3.1. Rentabilitatea socială a investițiilor (RSI)

Întreprinderile sociale își desfășoară activitatea într-un mediu foarte complex, cu multe fluctuații. Sunt întâmpinate multe provocări care obligă întreprinderile sociale să adopte atitudini similare celor din mediul de afaceri și acest aspect este important pentru planul de strângere de fonduri al entității sociale. Așa cum s-a menționat, investitorii sociali nu sunt doar donatori care își dau banii pentru un scop. Mai mult decât atât, acești investitori doresc să câștige o anumită rentabilitate. În cazul investițiilor convenționale, nivelul de rentabilitate este un criteriu de bază pentru selectarea unei investiții în favoarea alteia.

Mai exact, rentabilitatea investițiilor reprezintă: “*O măsură de acționare folosită pentru a evalua eficiența unei investiții sau pentru a compara eficiența unui număr de investiții diferite. Pentru a calcula rentabilitatea investiției, câștigurile (rentabilitatea) unei investiții sunt împărțite în funcție de costurile investiției; rezultatul este exprimat în procentaj sau proporție*” (investopedia.com).

Rentabilitatea unei investiții (RI) este dată de formula:

$$RI = \frac{(\text{Venitul din investiție} - \text{Costul investiției})}{\text{Costul investiției}}$$

Investițiile sociale sunt constituite atât din valori economice, cât și din valori sociale. “*Valoarea economică este creată prin administrarea unei resurse sau a unui set de intrări sau procese care crește valoarea acestor intrări și, prin urmare, generează un produs sau serviciu care are o valoare mai mare de piață la următorul nivel al lanțului de valori*” (Emerson et al., 2001). De asemenea, “*Valoarea socială este creată atunci când resursele, intrările, procesele și politicile sunt combinate pentru a genera îmbunătățiri în viața persoanelor sau a societății ca întreg. În această arie, majoritatea organizațiilor non-profit își justifică existența și, din nefericire, la acest nivel se întâmpină dificultatea măsurării adevărătoarei valori create*” (Emerson et al., 2001). În acest context, rentabilitatea socială a investiției (RSI) este “*un cadru pentru măsurarea și contabilizarea acestui concept mult mai larg al valorii; el caută să reducă inegalitatea și degradarea de mediu și să îmbunătățească bunăstarea prin încorporarea costurilor și beneficiilor sociale, de mediu*

și economice. Măsurile RSI se schimbă în moduri care sunt relevante persoanelor sau organizațiilor care trăiesc sau contribuie la aceasta. Spune povestea creării schimbării prin măsurarea rezultatelor sociale, de mediu și economice și folosește valorile monetare pentru a le reprezenta” (Nicholls, 2009).

Efectuarea unei analize RSI implică șase etape:

Figura nr. 7. Etape în analiza RSI

1. Stabilirea scopului și identificarea părților-cheie interesate. Este important să se stabilească limitele clare despre ce va acoperi analiza RSI, cine va fi implicaț în proces și cum.



2. Cartografierea rezultatelor. Prin implicarea părților interesate, se va elabora o hartă a impactului sau o ilustrare grafică a schimbărilor care să arate relația dintre intrări, ieșiri și rezultate.



3. Evidențierea rezultatelor și acordarea unei valori acestora. Această etapă se referă la strângerea de date pentru a arăta dacă rezultatele au fost obținute și care a fost valorificarea lor.



4. Stabilirea impactului. După strângerea dovezilor privind rezultatele și înregistrarea lor, sunt eliminate aspectele de schimbare care s-ar fi întâmplat oricum sau sunt rezultatul altor factori.



5. Calcularea RSI. Această etapă implică adăugarea tuturor câștigurilor, scăderea aspectelor negative și compararea rezultatului cu investiția. În acest caz, se poate testa validitatea rezultatelor.



6. Raportarea, folosirea și încorporarea. Adesea uitat, acest ultim pas important implică verificarea raportului, aducerea concluziilor la cunoștința părților interesate și acordarea de răspunsuri pentru aceștia, încorporarea proceselor cu rezultate bune.

Sursa: Nicholls et al., 2009.

Entitățile sociale, pe lângă organizarea tuturor tipurilor de activități pentru atingerea obiectivelor, ar trebui să stabilească indicatorii interni adecvați pentru a-și putea „cuantifica” productivitatea. Așa cum menționează Nicholls et al. (2009), există o procedură specifică pentru estimarea RSI, însă depinde de fiecare întreprindere socială să stabilească în ce mod își va măsura randamentul. Dintr-o perspectivă economică, aceasta este o procedură mai obiectivă, dar pentru măsurarea randamentului social este nevoie de un proces mai complex și mai complicat, care depinde de domeniul de activitate al fiecărei entități sociale.

Cunoscând randamentul întreprinderii, este mai ușor să se adreseze pieței pentru strângerea de fonduri și pentru oferirea unor câștiguri potențialilor investitori.

3.2. Surse alternative de finanțare

3.2.1. Capitaluri care nu necesită câștiguri financiare

Această categorie include surse tradiționale de finanțare, precum donațiile. Această categorie de finanțare nu necesită niciun fel de câștiguri pentru potențialii investitori. Alocările de fonduri și donațiile sunt bani care nu se cer a fi returnați în mod direct (tranzacție fizică), însă, în schimb, investitorii și donatorii se așteaptă ca banii să fie orientați către activități și programe adecvate pentru îndeplinirea scopurilor sociale. Acest fel de contribuții nu finanțează un anumit proiect, ci sprijină misiunea generală a întreprinderii sociale.

3.2.2. Capital care necesită câștiguri financiare

1. Creanță sub nivelul pieței (sau „ușoară”)

Creanța sub nivelul pieței nu necesită o rată comercială de rentabilitate, are perioade lungi de plată și o rată a dobânzii sub ratele pieței. De asemenea, se acordă scutiri de dobândă, ceea ce înseamnă că datoria poate fi întârziată până se atinge termenul-limită.

2. Capitalul de acțiuni sub nivelul pieței

Capitalul de acțiuni este definit ca reprezentând acțiunile unei companii, disponibile investitorilor pentru creșterea capitalurilor private. Capitalul sub nivelul pieței (sau câștiguri mixte) reprezintă deținerea de acțiuni ale unei companii care nu depășesc nivelurile pieței privind câștigurile financiare.

3. Creanțe cu semicapital

Unele organizații au dezvoltat instrumente financiare care combină proprietățile de capital și creanțele. Un titlu de creanță cu semicapital este adecvat pentru întreprinderile care sunt structurate ca organizații nonprofit și astfel nu pot obține capital propriu. Acest tip de titlu este egal unei forme de creanță, însă are caracteristicile asemănătoare unei investiții de capital și se referă la câștigurile sale, care sunt indexate la randamentul financiar al organizației. Investitorul social nu are drept direct asupra conducerii și proprietății întreprinderii, însă termenele și condițiile împrumutului sunt stabilite în aşa fel încât să ofere stimulente administrative pentru o bună funcționare a organizației. Investitorii sociali cumpără aceste titluri care îndeplinește funcția de capital de acțiuni și astfel este posibil ca antreprenorii sociali să ofere băncilor și altor creditori cu profit o oportunitate competitivă de investiție.

4. Creanțele comerciale

Acest tip de sursă de capital este asemănătoare practicii întreprinderilor comerciale și include împrumuturile și obligațiunile, ceea ce înseamnă că creditorul se va aștepta să primească înapoi banii dați cu împrumut plus rata de dobândă de piață. Creditorul va stabili perioada de rambursare, rata dobânzii și garanțiile suplimentare. Trebuie menționat faptul că băncile nu includ în evaluarea lor impactul social, ci doar capacitatea de rambursare a întreprinderii.

5. Capitalul comercial

Capitalul comercial se aplică atunci când se așteaptă ca întreprinderea socială să aibă activitate comercială care să asigure înapoierea profitului către investitorii săi.

6. Garanțile de împrumut

În majoritatea cazurilor în care o întreprindere solicită un împrumut, instituțiile bancare cer garanții suplimentare pentru a se susține rambursarea împrumutului făcut. Garanțile suplimentare reprezintă orice deține compania și poate fi vândut în cazul în care compania nu mai este capabilă să ramburseze împrumutul. Sunt considerate garanții echipamentele, clădirile, gestiunile și orice fel de conturi (denumite garanții suplimentare de numerar). O garanție este o promisiune de la o altă persoană sau de la o agenție a statului de a rambursa împrumutul în cazul în care nu sunt îndeplinite obligațiile (nu se poate achita împrumutul).

7. Semicapital

Semicapitalul este egal cu un împrumut sub nivelul pieței care îi dă creditorului dreptul la fidelitate sau la veniturile întreprinderii sociale. Semicapitalul este asemenea risurilor și recompenselor de participare la capital, însă nu acordă investitorilor sociali dreptul legal de proprietate.

8. Fondurile comune

Un investitor social poate participa prin donații la un fond comun care nu are o rată fixă de rentabilitate, depinzând de evoluția fondului. Ronald și Quynn (2009) descriu fondul comun astfel: “*Un donator face o donație unui fond comun de venituri care funcționează oarecum ca un fond mutual. Donatorul primește un venit pe toată viața și probabil prin împăternicire pentru un alt beneficiar. Rata este influențată de piață și poate crește sau scădea, în funcție de câștigurile și veniturile fondului. Fluxul de venituri trebuie să continue pe toată perioada de viață a beneficiarilor; nu se*

permite un flux de venituri pentru un număr specific de ani (angajamentul este pe durata vieții). În general, donatorii primesc plata veniturilor trimestrial, dar ar putea să le primească de două ori pe an sau anual, aşa cum este prevăzut în actul fondului fiduciar de venituri. Donatorul solicită o deducere a impozitului pe venit cu caracter caritabil în anul în care este făcută donația, iar la decesul ultimului beneficiar, organizația nonprofit primește profitul rămas. Profitul rămas nu poate fi împărțit altor organizații de caritate și poate fi acordat doar organizației caritabile care a înființat și controlează fondul.”

Casetă nr. 6

Exemplul „Blue Orchard”

Investitorul de capital social cu sediul în Elveția, „Blue Orchard”, de exemplu, strânge portofoliu de la mulți microcreditori și le concentrează în trei cote. Cota de jos reprezintă capitalul de acțiuni ale investitorului „Blue Orchard” care oferă profituri mari, dar ia în calcul pierderi. Următoarea cotă oferă venituri așteptate mai mici, dar are riscuri mai mici. Cota de sus promite profituri mici, dar sigure; este achiziționată de investitorii de creație convenționale. Modelul fondurilor comune s-a răspândit la nivel global, cu inovatori precum Fondul IFMR, în Chennai, implicat în securizarea și structurarea portofoliilor de împrumuturi prin microfinanțare în cadrul cărora se valorifică acțiunile de investiții.

Sursa: <http://hbr.org/2012/01/a-new-approach-to-funding-social-enterprises/ar/3>.

9. Obligațiunile cu impact social

Obligațiunile cu impact social pot fi considerate un instrument pentru ajutarea infrastructurii fondului și serviciilor, în special atunci când bugetele publice sunt scăzute și piețele de obligațiuni municipale sunt tensionate (Bugg-Levine, 2012). Lansată în Marea Britanie în anul 2010, acest tip de obligațiune se adresează investitorilor privați care primesc profit doar dacă proiectul public și-a îndeplinit obiectivele. În acest caz (asemenea investițiilor convenționale),

investitorii privați respectă același proces al balanței risc-profit pentru a continua investiția. Pe de altă parte, guvernul, din partea sa, plătește investitorilor un profit fix pentru rezultatele tangibile și păstrează orice alte economii suplimentare. Datorită faptului că transferă riscul eșecului programului de la contribuabili la investitori, acest mecanism are potențialul de a stimula dezbatările politice despre extinderea serviciilor sociale. Dezvoltarea obligațiunilor cu impact social este o tendință regăsită din Statele Unite ale Americii până în Australia, unde autoritățile naționale și locale stabilesc programe-pilot care să finanțeze intervențiile centrate pe persoanele fără adăpost, educația copiilor și alte probleme (Bugg-Levine, 2012).

10. Microfinanțare

Întreprinderile sociale, din cauza structurii lor, nu sunt considerate candidați potriviti pentru primirea de împrumuturi de la instituțiile bancare. O practică de finanțare comună este cea a microfinanțării. Microfinanțarea reprezintă asigurarea de servicii financiare clienților cu venituri scăzute sau grupurilor sociale care, în alte circumstanțe, nu ar putea accesa servicii bancare și alte servicii financiare. Microfinanțarea a fost inițial introdusă de Grameen Bank din Bangladesh, din partea fondatorului ei, Yunus, în anul 1983. Această practică s-a extins mai întâi în Africa de Vest și apoi în programele de dezvoltare economică în Europa, în anii 1990.

Casetă nr. 7

Microfinanțare și microcredit

“Microfinanțarea este adesea definită ca servicii financiare pentru clienții săraci sau cu venituri mici, oferite de diferite tipuri de furnizori de servicii. Într-un sens mai larg, microfinanțarea se referă la o mișcare care previzionează o lume în care familiile cu venituri mici au acces permanent la o gamă de servicii financiare accesibile și de înaltă calitate, oferite de anumiți furnizori cu amănuntul pentru a finanța activități producătoare”

de venituri, construirea de active, stabilizarea consumului și protecția împotriva riscurilor. Aceste servicii includ economiile, creditele, remiterile, plășile și altele.”⁵⁸

☞ Se menționează faptul că microfinanțarea și microcreditul nu sunt unul și același lucru.

“Microcreditul se referă la împrumuturi foarte mici pentru debitori nesalariați, cu garanție mică sau deloc, acordate de instituții autorizate. În prezent, creditul de consum acordat muncitorilor angajați în baza punctajului automat de creditare nu este de obicei inclus în definiția microcreditului, deși este posibil ca acest lucru să se schimbe.”

“Microfinanțarea se referă în mod caracteristic la o gamă de servicii financiare, inclusiv creditarea, economiile, asigurările, transferurile de bani și alte produse financiare furnizate de diferiți furnizori de servicii, care sunt destinate persoanelor sărace sau cu venituri mici”⁵⁹.

Serviciile financiare nu sunt specifice tuturor tipurilor de organizații și întreprinderi sociale. Faptul că aceste produse bancare au fost dezvoltate pentru a servi clienții “nonconvenționali” – referindu-se la cerințele minime stabilite de instituții – nu înseamnă că nu există cerințe minime pentru accesarea sistemului de microfinanțare. Instituțiile de microfinanțare (IMF-urile) pot asigura împrumuturi cu rambursare pe termen lung doar dacă clienții au capacitatea de a îndeplini obligațiile stabilite. Acest tip de finanțare este caracterizat ca neadecvat în cazul în care debitorii nu au niciun fel de granturi (de ex., fluxuri de numerar) pentru rambursare. În acest caz, granturile se pot dovedi un mod mai eficient de finanțare a persoanelor nevoiașe.

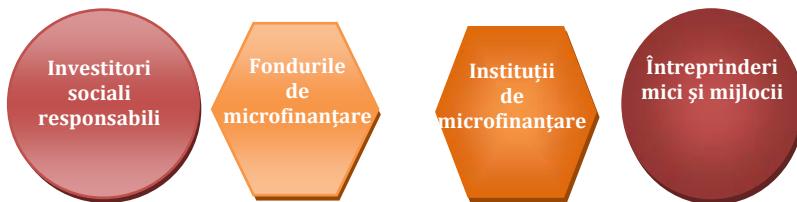
Website-ul microrofinancegateway.com susține că “*Autoritățile și agenții de dezvoltare folosesc adesea microfinanțarea ca instrument de adresare a problemelor socioeconomice, cum ar fi relocarea refugiaților din*

⁵⁸<http://www.microfinancegateway.org/p/site/m/template.rc/1.26.12263/#1>.

⁵⁹<http://www.microfinancegateway.org/p/site/m/template.rc/1.26.12263/#1>.

conflictele civile, crearea de locuri de muncă pentru militarii în rezervă sau asistență în urma unui dezastru natural. Microfinanțarea poate sau nu să răspundă acestor situații în mod eficient și cu siguranță nu reprezintă o intervenție autonomă. Implementarea cu succes a unui program de microfinanțare care să adrezeze aceste tipuri de situații depinde de un număr de factori, cel mai important dintre aceștia fiind o bază de clienți capabilă să efectueze rambursările”.

Figura nr. 8. Lanțul valoric al fondului de microfinanțare



Sursa: Symbiotics Research & Advisory S.A. (2011).

Caseta nr. 8

Experiența elvețiană

Activitățile de asigurare și microasigurare elvețiene

SwissRe, compania de asigurare-reasigurare a dezastrelor naturale și agricole, lider global, și-a extins liniile activității în domeniul dezvoltării și înfințării economiilor parțial în colaborare cu organizațiile de dezvoltare elvețiene și multilaterale. Serviciile Financiare din Zurich testează produsele de microasigurări în câteva dintre țările meridionale.

Răspunderea socială corporativă

Marile companii elvețiene sprijină incluziunea financiară prin intermediul fundațiilor lor, cum ar fi Credit Swiss Microfinance Capacity Building Initiative (Inițiativa elvețiană de construire a capacitatei de creditare prin microfinanțare) și Fundația Syngenta care derulează planuri inovatoare de microasigurare agricolă.

Academia

Universitatea din Zurich a înființat un centru de microfinanțare în cadrul departamentului de finanțe și bănci care este implicat în activități de cercetare, training și consultanță. Oferă, de asemenea, cursuri anuale introductive sau modele avansate de microfinanțare. Graduate Institute for International and Development Studies (Institutul universitar de studii internaționale și dezvoltare) din Geneva are doi profesori care fac cercetări și predau în mod activ pe această temă și care în prezent pun bazele unui centru de finanțare a dezvoltării. Facultățile de finanțe și bănci ale altor universități elvețiene, cum ar fi Universitatea St. Gallen, includ subiecte de dezvoltare a sectorului financiar în economiile emergente și în curs de dezvoltare.

Sursa: Symbiotics Research & Advisory S.A. (2011).

Casetă nr. 9

Perspectiva europeană

Comisia a estimat cererea totală de microîmprumuturi în UE la 6,6 miliarde de euro (2007). Cererea este în creștere continuă, însă disponibilitatea și accesibilitatea creditării au scăzut.

M. Novak (președinte al ADIE - Franța), în cadrul prezentării sale la conferința despre microfinanțare în Europa, declară că microcreditul trebuie să fie perceput drept:

- *un instrument pentru dezvoltarea microîntreprinderilor și pentru angajarea populațiilor cu risc de excluziune socioeconomică;*
- *un instrument al democratizării economice care permite cetățenilor să preia controlul asupra propriului destin;*
- *un instrument de conectare care contribuie la coeziunea socială a Europei;*
- *un instrument de răspundere în viitor, care amplifică dinamismul Europei în contextul globalizării.*

De asemenea, se menționează că acest obiectiv se confruntă cu diferite

constrângerii și se face o listă a celor mai importante dintre acestea:

- *barierele culturale: opinia publică privind predominarea locurilor de muncă plătite, tradiția sistemului de ajutor social gratuit, expectativa ratelor mici de dobândă în anumite țări;*
- *barieree instituționale: legi și reglementări neadecvate; monopolul bancar, limitarea ratelor, slaba legătură dintre persoanele fizice autorizate și veniturile sociale, birocrația și contribuțile mari la asigurările sociale;*
- *dificultatea obținerii finanțării prin microcredit;*
- *nevoia de servicii de informare și consiliere a clienților, în special în Europa de Vest.*

Sursa: Novak, M. (2010), *Conferința despre microfinanțare în Europa*, 9-10 decembrie, Bruxelles.

În Europa de Vest, microcreditul a început prin semnarea de protocoale de cooperare între organizațiile sau asociațiile nonprofit și instituțiile bancare. Exemple tipice sunt inițiativele precum **Street UK** în Anglia și **ADIE – Association pour le droit à l'initiative économique** (Asociația pentru dreptul la inițiativă economică) în Franța. Proiectele lor sunt centrate pe persoanele neangajate, pe familie și companiile individuale, pe inițiativele de afaceri înființate de imigranți în regiuni cu niveluri ridicate de sărăcie și șomaj etc.

Aceste inițiative s-au bazat pe principiul intermedierii financiare, ceea ce înseamnă că au mediat pentru a asigura împrumutul solicitat și au participat, de asemenea, într-o anumită măsură, la asigurarea riscului, bineînțeles, în colaborare cu banca parteneră.

În caz de blocaj definitiv al împrumuturilor (neplata a trei rate consecutive – plăți de amortizare), organizația nonprofit sau consorțiuл acționează prin achiziția împrumutului de la bancă, prin intermediul capitalului său de acțiuni, ceea ce previne blocarea băncii partenere din cauza procedurilor legale și a precarității clienților.

Cu toate acestea, la acest punct, trebuie menționat faptul că începuturile practicăi microcreditului în UE nu au fost inițial

identificate cu îndepărtarea completă a cerințelor de garanții suplimentare de la companii. La început, practica comună a fost solicitarea de garanții de la părți terțe cel puțin pentru o parte a împrumutului, o practică care a ajutat organizațiile de microcredit să mențină rata de eșec a împrumuturilor la un nivel admisibil, pentru a asigura viitorul instituției.

Cu toate acestea, practicile microcreditului prin mediere s-au dovedit nesustenabile, deoarece conduceau de fapt la creșterea costurilor și a timpului de procesare a fiecărui dosar de împrumut.

Un pas decisiv a fost făcut prin acordarea organizațiilor (cum ar fi ADIE – Association pour le droit à l'initiative économique – Asociația pentru dreptul la inițiativă economică) și structurilor care nu funcționează ca bănci (Aspire, Street UK etc.) a dreptului de a acorda împrumuturi nu numai din capitalul/acțiunile disponibile, ci și din fondurile pe care băncile le dau acestora cu împrumut.

Această tranziție constituie o revoluționare în lumea bancară, dar pentru a face posibilă această schimbare strategică, în multe cazuri (de exemplu, Franța) era necesară rectificarea legii funcționării băncilor.

Casetă nr. 10

„Street UK”

„Street UK” a fost înființată în anul 1999, ca urmare a influenței unui plan polonez care pusese bazele unei activități de succes de acordare de împrumuturi microafacerilor. Fondatorii „Street UK” erau de părere că microîntreprinderile din Marea Britanie erau servite deficitar de furnizorii financiari. Obiectivul principal al „Street UK” a fost de a asigura accesul permanent la finanțare pentru persoanele fizice autorizate cu venituri mici și pentru afacerile foarte mici care nu erau văzute ca fiind solvabile de către bănci.

Astfel, s-a dovedit o provocare pentru „Street UK” creșterea finanțării la scară mare, care era necesară pentru planul său ambițios de afaceri. Cu toate acestea, în cele din urmă, a atras fonduri suficiente pentru a începe o

etapă-pilot cu sprijin mixt din partea băncilor, fundațiilor și guvernului. Fundația Esmée Fairbairn a fost cel mai mare finanțator al „Street UK”, furnizând un grant de 1.329.000 lire sterline.

Obiective și rezultate

Obiectivul principal al „Street UK” a fost, pe o perioadă de peste șapte ani, acela de a crea o organizație națională care să deservească 20.000 de clienți și care să aibă un portofoliu de împrumut de 40 milioane de lire sterline. Împrumuturile inițiale erau de până la 3.000 de lire sterline pe termen de 12 luni. Planul-pilot urma să fie derulat în trei locații în perioada noiembrie 2000-noiembrie 2002 și se încerca să se stabilească dacă era viabilă o acțiune permanentă de microfinanțare la nivel național. În conformitate cu obiectivele „Street UK”, acest plan urma „să ajute oamenii să se ajute pe ei însăși, oferindu-le o mâna de ajutor, nu o pomană”.

Primele împrumuturi pentru microantreprenori au fost acordate în anul 2001. Până în luna martie 2004, „Street UK” acordase 259 de împrumuturi, însumând 600.000 de lire sterline. Acestea au fost mai puține decât țintele inițiale, prea ambițioase. Cu toate acestea, activitatea „Street UK” a avut alte beneficii dincolo de acordarea de împrumuturi, datorită celor peste o mie de microantreprenori care au primit consultanță în domeniul afacerilor și care au subliniat nevoia serviciilor de sprijinire a întreprinderilor. De asemenea, au fost înregistrate niveluri ridicate de satisfacție a clienților.

Lecții învățate:

- a. S-a dovedit dificilă construirea unei organizații sustenabile din punct de vedere financiar, bazată exclusiv pe acordarea de împrumuturi microantreprenorilor. Diversificarea produselor și serviciilor, precum și crearea de parteneriate pot fi necesare pentru a obține autonomie financiară.
- b. Volumurile scăzute de împrumut arată că dobânda și taxele din împrumuturi sunt insuficiente pentru a acoperi costurile. Cu un portofoliu mic de împrumuturi, economiile și sustenabilitatea financiară sunt greu de obținut.

c. Pentru a deveni sustenabili, creditorii de microfinanțare ar putea lua în considerare:

- diversificarea de noi produse și servicii, cum ar fi împrumuturile de investiții și împrumuturile în leasing;
- dezvoltarea de noi piețe, cum ar fi întreprinderile mici, întreprinderile sociale și persoanele, unde câștigurile din acordarea de împrumuturi pot fi mai mari; diminuarea costurilor prin activități de afaceri simplificate și tehnologie;
- realizarea de economii prin parteneriate sau fuziuni, precum și prin dezvoltarea de microfinanțare în cadrul organizațiilor consacrate.

Sursa: Fundația Esmée Fairbairn (2005).

Casetă nr. 11

ADIE - Association pour le droit à l'initiative économique (Asociația pentru dreptul la inițiativă economică)

ADIE a fost creată în anul 1989, iar sursa de inspirație a fost „Banks of the Poor/Băncile săracilor” care au apărut în țările în curs de dezvoltare în anii '70 și mai cu seamă prin crearea Grameen Bank din Bangladesh.

Misiunea ADIE este de a finanța și sprijini persoanele șomere care doresc să își înființeze propria afacere și care nu pot obține un împrumut bancar standard. În plus, ADIE își folosește experiența pentru a oferi modificări cadrului existent de reglementare care guvernează microîntreprinderile și microfinanțarea în Franța.

ADIE asigură finanțare și consilieri în domeniul afacerilor microantreprenorilor care nu au acces la împrumuturile bancare, în special persoanelor șomere și beneficiarilor de ajutoare sociale.

ADIE finanțează persoanele fizice autorizate și microîntreprinderile printr-o varietate de produse bazate pe nevoile clienților:

- împrumuturi cu rată de piață de până la 6000 €;
- „granturi de înființare” finanțate de guvernul francez sau de autoritățile locale;
- împrumuturi fără dobândă.

De obicei, nevoile de finanțare nu depășesc suma de 11 000 €. În plus, personalul și voluntarii ADIE asigură consiliere în perioada postacordării împrumutului pentru microantreprenori din domeniile managementului, privind formalitățile administrative, marketingul și consultanța juridică.

Tipurile de activități finanțate

ADIE finanțează orice tip de proiecte, dar capacitatea, motivația microantreprenorilor și fezabilitatea proiectului reprezintă criteriile de bază. Împrumuturile sunt acordate de către o comisie de creditare formată din voluntari (manager în afaceri, contabili, bancheri) și personalul permanent. Majoritatea proiectelor se concentrează pe sectoarele de vânzare cu amănuntul și cele ale serviciilor, cum ar fi: proiectant, zugrav, florar, băcan, cosmetician, vânzător la piață, arhitect, fermier, fotograf etc.

Sursa: <http://www.adie.org/microfinance-in-france>.

Casetă nr. 12

Banca Grameen

Originea Băncii Grameen poate fi urmărită încă din anul 1976, când profesorul Muhammad Yunus, președinte al Programului economiei rurale de la Universitatea din Chittagong, a lansat un proiect de cercetare care să analizeze posibilitatea proiectării unui sistem de acordare a creditelor care să asigure servicii bancare centrate pe persoanele săraci din mediul rural. Proiectul Grameen Bank (Grameen înseamnă „rural” sau „sat” în limba bangla) a intrat în derulare, având următoarele obiective:

- să extindă facilitățile bancare către bărbații și femeile săraci;
- să eliminate exploatarea săracilor de către creditorii de bani;
- să creeze oportunități de autoangajare pentru persoanele șomere din regiunile rurale din Bangladesh;
- să prezinte ofertele serviciilor bancare persoanelor dezavantajate, în mare parte femei din cele mai săraci gospodării, în termenii unui format organizațional pe care să îl poată înțelege și administra pe cont propriu;

- să înlocuiască vechiul cerc vicios „venituri mici, economii mici & investiții mici” cu cercul virtuos „venituri mici, introducerea de credit, investiții, mai multe venituri, mai multe economii, mai multe investiții, mai multe venituri”.

Acțiunea cercetării și-a demonstrat punctul forte în Jobra (un sat învecinat Universității Chittagong) și în alte sate învecinate, în perioada 1976-1979. Sponsorizarea oferită de banca centrală a țării și sprijinul băncilor comerciale naționalizate au permis extinderea proiectului în anul 1979 în districtul Tangail (un district situat în partea de nord a Dhaka, capitala Bangladeshului). Urmare a succesului din Tangail, proiectul a fost extins către alte câteva districte din țară. În luna octombrie 1983, proiectul Grameen Bank a fost transformat într-o bancă independentă de către legislația guvernamentală. Astăzi, banca este deținută de către persoanele sărace din mediul rural pe care le deservește. Debitorii băncii dețin 90% din acțiunile sale, în timp ce restul de 10% sunt deținute de către guvern. Grameen Bank a înlocuit practica bancară convențională prin îndepărțarea nevoii de garanții și a creat un sistem bancar bazat pe încredere reciprocă, răspundere, participare și creativitate. Ea asigură credite celor mai săraci dintre cei săraci din regiunile rurale ale Bangladeshului, fără niciun fel de garanție suplimentară. Creditul este o armă cu costuri eficiente care luptă împotriva sărăciei și servește drept catalizator în dezvoltarea generală a condițiilor socioeconomice ale săracilor care au fost ținuți în afara orbitei bancare pe motiv că sunt săraci și, prin urmare, nu sunt acceptați de bănci. Profesorul Muhammad Yunus, fondatorul Grameen Bank și directorul executiv al acesteia, a afirmat că, dacă resursele financiare pot fi puse la dispoziția persoanelor sărace, din punctul de vedere al condițiilor care să fie adecvate și rezonabile, „aceste milioane de oameni mici cu milioanele lor de preocupări pot contribui la crearea celei mai mari minuni a dezvoltării”. În luna octombrie 2011, banca înregistra 8.349 de milioane de debitori, 97% dintre aceștia fiind femei. Cu 2.565 de filiale, Grameen Bank furnizează servicii în 81.379 de sate, acoperind mai bine de 97% din totalul satelor din Bangladesh.

Sursa: <http://www.grameen-info.org>.

11. Capitalul social de risc

Termenul de capital social de risc este folosit pentru un activ al activității filantropice care adoptă metode folosite de investitorii de capital de risc tradiționali. Capitalul social de risc este definit ca fond social de risc după cum urmează: “*un fond al multidonorilor special creat pentru a răspunde mecanismelor sociale care utilizează practicile capitalului de risc pentru a maximiza valoarea și impactul investitorului*” (Institutul Morino, 2001). Capitalul social de risc adoptă o parte din tehniciile și metodele tradiționale ale capitalului de risc. *Mai întâi, investitorii de capital social de risc sunt asemenea omologilor lor convenționali*, considerând acțiunile mai degrabă ca investiții decât ca granturi.

Acești investitori evaluează diferenți parametri înainte de a investi într-o organizație socială sau caritabilă, incluzând: a) puterea echipei lor de management, b) riscurile și c) oportunitatea lor de a avea impact. Investitorii de capital social de risc își monitorizează îndeaproape investiția și asigură sprijin și mentorat continuu grupului. În cele din urmă, investitorii de capital social de risc evaluează cu grijă dimensiunea unei organizații sau capacitatea ei de a crește repede pentru a adresa o anumită problemă socială la scară largă.

Letts, Ryan, și Grossman (1997) prezintă șase puncte care diferențiază practicile capitalului de risc din activitățile caritabile de cele specifice filantropiei tradiționale.

Casetă nr. 13

Elemente care diferențiază practicile capitalului de risc de cele ale filantropiei tradiționale

Risc

- *Societățile cu capital de risc își asumă riscuri și sunt recompensate pe măsură. În loc să fie evitat, riscul este administrat.*
- *Fundațiile evită riscurile pentru că ele nu sunt recompensate în*

niciun mod pentru asumarea riscului. În consecință, fundațiile compromisă probabilitatea unor venituri măsurabile.

Măsuri de performanță

- *Societățile cu capital de risc se concentrează pe măsurile de performanță care vor duce la creșterea pe termen lung.*
- *Fundațiile se concentrează pe rezultatele programelor pe termen scurt și evită problema consecințelor pe termen lung.*

Caracterul strâns al relațiilor

- *Societățile cu capital de risc sunt deschise relațiilor strânse de lucru cu investiții, fiind implicate în fluxul de afaceri, selecția directorului executiv, planificarea strategică etc.*
- *Fundațiile au tendința de a păstra distanța în relațiile cu beneficiarii de granturi. În plus, ele tind să fie total neimplicate în activitățile de funcționare.*

Suma finanțării

- *Societățile cu capital de risc finanțează mai puține afaceri, însă vizează afacerile selectate pentru a atinge rezultate remarcabile și pentru a veni în întâmpinarea nevoilor ulterioare de finanțare.*
- *Fundațiile finanțează o mică parte din fiecare afacere, tind să subinvestească și rareori vin în întâmpinarea nevoilor ulterioare de finanțare.*

Durata relației

- *Societățile cu capital de risc vor rămâne implicate de-a lungul anilor și acest lucru este cunoscut de toți participanții.*
- *Fundațiile rareori rămân implicate mai mult de doi sau trei ani.*

Strategia de ieșire

- *Societățile cu capital de risc dețin o strategie de ieșire încă din momentul intrării în afacere.*
- *Fundațiile rareori au o strategie de ieșire.*

Shortall și Alter (2009) fac un rezumat al alternativelor de finanțare disponibile care corespund etapei ciclului de viață al întreprinderii sociale și tipului de organizație.

Tabelul nr. 4. Alternative de finanțare disponibile conform etapei ciclului de viață al întreprinderii sociale

	Mijloc de investiție	Scopul finanțării	Tipul finanțării	Tipurile de investitori sociali	Exemple de finanțatori/investitori
Nerambursări	Grant	Îndeplinirea misiunii Construirea capacitateaiei Proiecte specifice	PRI MRI	Fundație Filantropie Guvern	- Impetus Trust - LGT - Filantropia - Fundația Skoll
Încasări sub nivelul pieței	Creanță sub nivelul pieței	Dezvoltare economică și socială Construirea capacitateaiei Capitalul de dezvoltare Capitalul de lucru	Micro-finanțare Împrumuturi pentru IMM Împrumuturi pentru pacienți	Fundație Filantropie Guvern Fondul social al societăților cu capital de risc Banca de dezvoltare	- Fondul de afaceri - Grassroots - OikoCredit - IFAD
	Capital sub nivelul pieței (de-numit și „câștiguri mixte”)	Construirea capacitateaiei Capitalul de dezvoltare	Cota de proprietate Așteptări financiare mai mici	Fundație Filantropie Fondul social al societăților cu capital de risc	- Gray Matters Capital - Persoane fizice care cumpără acțiuni
Încasări la nivelul pieței	Creanță comercială	Capitalul de dezvoltare Capitalul de lucru	Împrumuturi	Filantropie Bancă	- Bănci comerciale
	Capital comercial	Capitalul de dezvoltare	Proprietate	Filantropie Bancă Societate comercială cu capital de risc	- Aavishkar - Bamboo Finance - Intellectao

Sursă: Shortall și Alter, 2009.

**Tabelul nr. 5. Alternative de finanțare disponibile,
conform tipului de organizație**

Tipul de organizație	Activități	Profituri	Mijloace potențiale investiții	Ce caută investitorii sociali
Organizații nonprofit sau ONG fără activitate ca întreprindere	Fără activități generatoare de venituri, angajate în obținerea impactului social și inovator pe piață	Fără profituri, venituri doar din granturi	♦ Granturi cu titlu de investiții	♦ Inovație ♦ Planuri de creștere ♦ Impact sustenabil
Organizații nonprofit sau ONG cu activitate ca întreprindere	Gamă de activități, inclusiv unele activități ca întreprindere și intervenții pe piață	Profit posibil la nivel de întreprindere, dar de obicei insuficient pentru a acoperi bugetul unui ONG	♦ Granturi cu titlu de investiții ♦ Creanțe sub nivelul pieței	♦ Gândire clară a afacerilor ♦ Modele financiare bune pentru activitatea întreprinderii
Întreprindere socială care oferă câștiguri sub nivelul pieței	Funcționează ca întreprindere sau afacere comercială, însă motivația principală este impactul social	Dacă se obțin profituri, acestea sunt mici și/sau majoritatea sau toate se reîntorc în întreprindere și în misiunea socială	♦ Granturi cu titlu de investiții ♦ Creanțe sub nivelul pieței ♦ Creanțe comerciale ♦ Acțiuni sub nivelul pieței	♦ Dovada conceptului ♦ Plan puternic ♦ Situație financiară bună ♦ Impact social ♦ Management cu experiență ♦ Analiza riscurilor
Întreprindere socială cu o abordare comercială totală	Funcționează ca societate comercială care are impact social semnificativ încorporat în modelul de	Capabil să asigure câștiguri comerciale investitorilor	♦ Granturi și creanțe sub nivelul pieței (în etapele timpurii) ♦ Creanțe comerciale	♦ Dovada conceptului ♦ Gândire orientată în afaceri ♦ Situație financiară

Tipul de organizație	Activități	Profituri	Mijloace potențiale investiții	Ce caută investitorii sociali
	afacere		♦ Acțiuni comerciale	bună ♦ Echipă cu experiență ♦ Impact social inclus în afacere ♦ Analiza riscului

Sursă: Shortall și Alter, 2009.

CAPITOLUL 4

MICROCREDITAREA – O PROVOCARE PENTRU ECONOMIA SOCIALĂ

4.1. Primele experiențe ale microcreditului la nivel internațional

În principal, întreprinderile sociale sunt afaceri cu capital minim, iar compararea întreprinderilor sociale cu băncile convenționale nu este nici pe departe identică cu profitabilitatea activităților comerciale care este reprezentativă pentru populație în general.

Astfel, finanțarea întreprinderilor din economia socială se realizează prin mecanisme intermediare care sunt stabilite astfel încât să se asigure, în mod direct sau în mod indirect, facilitarea pentru îndeplinirea condițiilor impuse pentru bănci și creditori.

Cea mai des întâlnită practică de finanțare a întreprinderilor sociale este prin intermediul **microcreditului**. Microcreditul a fost inițiat de către Banca Grameen din Bangladesh (banca a fost fondată în anul 1983 de către profesorul M. Yunus – laureat al premiului Nobel pentru pace) și s-a răspândit în țări din Africa de Vest. În țările europene, practica microcreditului a apărut *în mod curent* la începutul anilor 1990, în cadrul planurilor de recuperare economică, în țări precum Albania și Bosnia-Herțegovina.

Este extrem de dificil să se definească exact conceptul de microcredit, dar și premisele obligatorii aferente acestuia, serviciile propuse și linia de diferențiere care îl separă de finanțarea bancară tradițională. Practicile microcreditului sunt numeroase și diverse, de la proiecte de combatere a sărăciei în Asia și Africa până la inițiative de combatere a excluziunii sociale în suburbii capitalelor europene. Cu toate acestea,

numitorul lor comun este apariția, uneori într-un mod evident și alteori într-un mod mai puțin evident, a unui antreprenoriat social nou extins, cu rezultate la fel de disproporționate ca și în cazul incluziunii sociale a grupurilor marginalizate.

În primul rând, microcreditul intenționează să facă mai ușor accesibil creditul bancar. Condițiile specifice (creditori, garanții, ratele dobânzii etc.) variază de la o țară la alta, de la o regiune, de la un program și de la o echipă la alta.

Inițiativele dezvoltate în țările europene urmează două abordări diferite:

- Prima abordare include toate acele inițiative care oferă în mod direct produse financiare și servicii de microcredit.
- Cea de-a doua abordare se referă la inițiativele care funcționează ca mediatori ai serviciilor bancare pentru a asigura o sumă mică de finanțare.

O trăsătură comună a practicării microcreditelor este legătura lor cu inițiativele care provin de la baza societății („bottom-up” = de jos în sus) și cu diseminarea acestor practici către grupuri de populație care nu au sursele financiare pentru a dezvolta inițiative de afaceri la scară mică, la nivel local.

Această tranziție reprezintă o revoluție în lumea bancară, deoarece, pentru a face posibilă această schimbare strategică, în multe cazuri (de exemplu, în Franța), era necesară rectificarea legii privind funcționarea băncilor.

Dezvoltarea microcreditului la nivelul UE a fost semnificativ influențată atât de implicarea sistematică a instituțiilor și băncilor cu caracter public sau cooperativ, cum ar fi ALMI în Suedia, Banca Troodos în Olanda, Banca Etica în Italia, organizații care funcționează, în general, în domeniul aşa-numitei economii de solidaritate, cât și de dezvoltarea produselor financiare mai complexe și mai avansate, cum ar fi crearea de fonduri mutuale cu caracter social, finanțarea întreprinderilor sociale, formarea de fonduri sociale cu capital pe acțiuni.

4.2. Perspectivele practice ale microcreditelor – condiții și limitări ale utilizării mobilizării prin microcredit a economiilor locale

Întrebarea care se pune cu privire la dezvoltarea unei politici pentru sprijinirea și dezvoltarea economiei sociale în noile state membre ale UE este dacă agenda dialogului cuprinde probleme socio-economice, cum ar fi asigurarea de împrumuturi cu termene și condiții favorabile pentru organizațiile de economie socială.

Un punct de plecare ar fi propunerea unui împrumut special pentru întreprinderile sociale, cu valoare limitată (cu titlu indicativ de până la 10.000 €), cu respectarea integrală a cerinței privind un mecanism care oferă garanții și echivalentul unei acoperiri integrale a costului împrumutului (împrumut fără dobândă). Aceste practici sunt aplicate la nivel internațional în vederea integrării economiei sociale în domeniul adevăratei economii a întreprinderilor. Totuși, ceea ce ar trebui analizat și verificat din punct de vedere obiectiv este dacă propunerea pentru acest tip de produse de împrumut are şansa de a satisface cererea reală din partea comercială a economiei sociale.

În țările UE, sectorul economiei sociale se caracterizează printr-o lipsă a cadrului instituțional care să reglementeze activitățile și organizațiile acestuia. În plus, reglementările legale sunt într-o stare de așteptare a rezolvării: există o anumită incertitudine în ceea ce privește așteptările și obiectivele, pe care statul, comunitățile locale, agenții administrative locale o pun pe seama economiei sociale în termenii ocupării forței de muncă și ai dinamicii integrării sociale.

Drept rezultat al celor menționate mai sus, ar trebui făcut un efort special pentru a putea evalua nevoia reală de a stabili mijloacele alternative de finanțare, cum ar fi microcreditul, și o estimare a cererii care este prevăzută să apară.

Produsele microcreditului (împrumuturi de sume limitate, cu rată a dobânzii și termene de garanție subvenționate) nu sunt suficiente pentru a acoperi nevoia constantă de capital a întreprinderilor sociale. Prin furnizarea de soluții adecvate, ele singure nu sunt de ajuns

pentru a face față scăderii drastice de fonduri pentru inițiativele din sfera economiei sociale. Astfel, ele nu vor constitui un panaceu.

Dimpotrivă, întreprinderile sociale se confruntă cu o problemă mult mai importantă – aceea a formării unui capital inițial minim pe termen lung, care să acopere nevoile inițiale de investiții.

Nevoile întreprinderilor sociale nu sunt acoperite prin facilitatea accesului la împrumuturi bancare, ci prin oferirea unei game largi de facilități financiare și în special a acestor mecanisme care vin în sprijinul inițiativelor la nivel local de formare a fondurilor cu capital de risc mic și flexibil.

Aceste mecanisme au strâns legături cu economiile locale (grupurile locale de investitori) și cu capacitatea de a mobiliza economiile locale de bani. Ele se bazează, de asemenea, pe inițiativele statului de a oferi subvenții pentru participarea cetățenilor la capitalul de fonduri locale mici.

Reprezentând un pilon-cheie al economiei sociale, fondurile mici de economii/investiții distribuie fonduri în activități comerciale și în inițiative productive pe o perioadă considerabilă de timp, funcționând în mod mutual și inclusiv (plasările se fac la comun de către partenerii mutuali ai fondului și acestea sunt incluzive, de ex., decontările de profit și pierderile sunt incluse într-un rezultat finanțier unic și singular pentru a fi împărtite la sfârșitul fiecărui an/exercițiu finanțier).

Subvențile pentru dezvoltarea acestui tip de instrumente care să stimuleze inițiativele economiei sociale includ încurajarea fondului asigurărilor sociale sau a unumitor categorii de fonduri de asistență de a participa la capitalul organizațiilor autorizate de strângere și de utilizare economiilor locale de bani.

Cu siguranță, combinarea instrumentelor financiare, cum ar fi microcreditul și capitalul local de risc, poate lansa o parte semnificativă a potențialului economiei sociale. Cu toate acestea, aceste două propuneri impun adesea schimbări semnificative ale

cadrului legal al instituțiilor de garantare și al capitalului de risc în majoritatea țărilor în care au fost aplicate în mod sistematic.

Acestea sunt reguli care necesită consensul și acordul cu autoritățile financiare ale țărilor respective, deoarece funcționarea ambelor mecanisme are nevoie de monitorizare, de obicei sub supervizarea băncii centrale.

În orice caz, pentru ca noile instrumente financiare să fie eficiente, ele trebuie să facă parte dintr-un lanț finanțier mai larg, unde mai multe instrumente diferite complementare se sprijină unul pe altul.

De exemplu, Asociația Europeană a Companiilor de Dezvoltare, EURADA, plasează microcreditul la începutul unui lanț de finanțare cu creditare globală care completează instrumente precum avansul fără dobândă, împrumuturi pentru planuri de afaceri experimentale, împrumuturi cu plasamente în acțiuni etc.

Din punctul de vedere al problemelor operaționale specifice, inclusiv al instrumentelor financiare necesare, astăzi ne confruntăm cu problema formulării unei propuneri comprehensive pentru mecanisme de finanțare alternativă a economiei sociale, în cadrul aplicat al inițiativei JEREMIE.

JEREMIE⁶⁰ (*Joint European Resources for Micro to Medium Enterprises – Resursele europene comune pentru întreprinderile mici și mijlocii*) a fost lansată în luna octombrie 2005 de către Direcția Generală a Comisiei Europene pentru Politică Regională, în parteneriat cu Fondul European de Investiții (FEI), cu scopul de îmbunătății accesul IMM-urilor la finanțare în statele membre, în cadrul fondurilor structurale.

Inițiativa JEREMIE permite statelor membre să instituie instrumente financiare orientate spre piață cu bani de la Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR) și de la Fondul Social European (FSE) pentru implementarea directă sau prin intermediul unui fond de active (optional) care să sprijine crearea și extinderea întreprinderilor micro, mici și mijlocii, prin asigurarea unor forme

⁶⁰JEREMIE, website: http://www.eif.org/what_we_do/jeremie/index.htm.

rambursabile de asistență, cum ar fi plasamente în acțiuni, împrumuturi și/sau garanții. Finanțarea prin instrumentele stabilite prin inițiativa JEREMIE poate fi, de asemenea, combinată cu măsuri de sprijinire a activităților comerciale și a consolidării instituțiilor care pot fi cofinanțate și de fondurile structurale.

Luând în considerare cele de mai sus, estimăm că, atât în cadrul etapei de evaluare a nevoilor, cât și în timpul pregătirii planurilor detaliate de acțiune pentru integrarea noilor instrumente financiare în programele operaționale cofinanțate, **trebuie folosită o abordare centrată pe economia socială ca sector cu nevoi distințe și specifice pentru resursele și mecanismele de finanțare**. Condițiile conform cărora se vor acorda atât microcreditele, cât și variante de capital de risc ar trebui să ia în considerare accesibilitatea reală a economiei sociale la aceste instrumente. Asigurarea instrumentelor dintr-o gamă largă de servicii incluse în circuitul financiar reprezintă o premişă pentru dezvoltarea sustenabilă și cu succes a sectorului economiei sociale.

4.3. Gama completă a instrumentelor financiare pentru economia socială

Pe lângă microcredit și capitalul de risc, gama de instrumente financiare care să sprijine economia socială ar trebui completată de servicii și mecanisme care să combine încurajarea consumului de produse și servicii cu fluxul financiar natural al companiilor din sector. Aceste mecanisme contribuie la stimularea cererii de astfel de servicii, creând în același timp condiții pentru fluxuri normale de lichiditate la companiile care produc serviciile, fără a pune în aplicare instrumente financiare sofisticate.

Mecanismele, cunoscute ca programe de vouchere sociale, însotesc de obicei programe mai cuprinzătoare de asistență socială și au drept scop stimularea cererii de servicii. Adesea sunt însotite de acoperirea unei părți din costurile serviciilor (vouchere prefinanțate pentru plată), dorindu-se să se îmbunătățească calitatea serviciilor, deoarece

introduc factori noi și eficienți (organizații de economie socială) în producția de noi servicii de asistență socială. În cele din urmă, se permite un management mai eficient al resurselor umane și astfel se realizează finanțarea omogenă a producătorilor de servicii (care se confruntă cu problemele cauzate de lipsa lichidităților).

Gama de instrumente financiare este completată de mijloace și mecanisme care folosesc diferite tipuri sau versiuni de tichete de plată achitate anticipat. Aceste mecanisme sunt în mod tipic combinate cu implementarea programelor de asistență socială și cu servicii extinse asociate calității vieții. Folosirea tichetelor necesită programe de asistență socială aplicate atât conform unui grafic de timp și unei finanțări asigurate, cât și unui plan complex de dezvoltare a serviciilor și a furnizorilor în rețea. Astfel, toate acestea trebuie realizate prin elaborarea unui plan integrat pentru dezvoltarea sectorului economiei sociale.

4.4. Concentrarea asupra facilitării mecanismului de consum adaptat la economia socială

Organizarea serviciilor sectorului social al economiei necesită reglementări privind diferite aspecte care se referă la calitatea vieții de zi cu zi a cetățenilor:

- facilitarea accesului la serviciile economiei sociale prin aplicarea măsurilor de scutire de taxe și impozite sociale, precum și acordarea de subvenții;
- facilitarea accesului prin intermediul unui mecanism de comercializare (serviciu prin cec/voucher);
- atestarea companiilor care sprijină principile și practicile economiei sociale.

Adoptarea și implementarea unui mecanism de facilitare a comerțului reprezintă o prioritate-cheie care trebuie adresată de această politică. Mecanismul comercial implică agenții, entități și proceduri ale sectorului public și privat, angajatori și angajați, grupuri

de asigurări etc. Astfel, se operaționalizează instrumentul prin intermediul căruia este declanșată stimularea și, de asemenea, înregistrarea acțiunilor negociatorului în domeniul economiei sociale.

Mecanismul de schimb are legătură atât cu achiziționarea serviciilor de către persoane și gospodării, cât și cu practicile care se referă la o acoperire parțială a costurilor anumitor servicii (sprijinirea activităților comerciale în beneficiul lucrătorilor).

Așadar, mecanismul dispozitivului comercial este, la origine, adresat persoanelor care folosesc serviciile diferitelor tipuri de economie socială pentru propriul lor beneficiu. Aceste servicii pot funcționa în domeniul îngrijirii la domiciliu, al îngrijirii grădinilor, al îngrijirii bătrânilor, al pregăririi și al distribuirii hranei zilnice, în domeniul internetului și informațiilor etc. Persoanele care sunt doritoare să „cumpere” servicii de la organizațiile de economie socială autorizate pot cumpăra un carnet de cecuri de la banca de care aparțin, carnet care este utilizat exclusiv pentru acest tip de serviciu. Avantajul principal pentru utilizatorii acestor servicii indică un mijloc simplificat de plată, însă cu mult mai importantă este posibilitatea deducerii unei părți din cheltuieli din veniturile lor impozabile.

Răspândirea acestui mecanism în rândul organizațiilor din afara economiei sociale poate fi pusă în discuție în cazul furnizorilor persoane fizice/persoane fizice autorizate care sunt șomere etc.

În acest caz, modelul pe care se bazează mecanismul de schimb presupune două aspecte: primul aspect implică plata furnizorului și celălalt aspect presupune plata contribuților angajatorului. În acest caz, carnetele de cecuri pe care le emit băncile ar trebui să includă o solicitare de foaie de calcul pentru înregistrarea utilizatorului de serviciu către o administrație centrală de vouchere sociale.

O organizație centrală care să administreze voucherele sociale/un organ central de administrare pentru voucherele sociale care ar putea administra contribuțile furnizorilor (persoanelor fizice autorizate ale furnizorului) contribuie la simplificarea acțiunilor și evitarea impli-

cării utilizatorului de servicii în procedeele complexe ale fondurilor de asigurări sociale.

Organizația centrală/organul central de administrare poate contribui la simplificarea și asigurarea plății contribuților de asigurări. De asemenea, acest mecanism poate fi baza de înregistrare pentru tranzacțiile dintre utilizatorii și furnizorii de servicii ale economiei sociale în funcție de categoria de activitate, regiune, anotimp etc.

Un aspect important în proiectarea mecanismului de facilitare a tranzacțiilor este emiterea de vouchere sociale de către organizații abilitate pentru acest tip de operațiuni, vouchere care să fie utilizate de către persoane fizice sau persoane juridice (companii, organizații ale sectorului privat și ale celui public mai larg).

Autorizarea (omologarea) trebuie să fie acordată de către autoritatea responsabilă cu supervizarea autorităților, cât și cu monitorizarea instituțiilor financiare (banca centrală).

Voucherele sociale pentru cumpărarea de servicii de către întreprinderi și organizații pot fi distribuite de sponsori (persoane juridice) angajaților lor în corespondență cu tichetele de masă sau alte servicii preplătite de către angajator (toate formele de vouchere pentru cumpărarea de servicii). Aceste tichete sunt nominale, de o anumită valoare care este acoperită de către angajator pentru cumpărarea de servicii de la organizațiile autorizate de economie socială. În practică, companiile (sau organizațiile) cumpără aceste tichete de la organizații autorizate și le transferă angajaților, fie gratuit, fie în schimbul unei retribuiri mai mici.

Managementul și stimulentele pentru utilizarea voucherelor sociale

Instrumentul tichetelor de plată preplătite, pentru a fi folosit, trebuie să facă parte dintr-un sistem de stimulente orientat către cetățeni, întreprinderi și organizații care vor fi invitate să participe la finanțarea acestora (a instrumentelor).

În primul rând, aceste stimulente au în vedere contribuțile de asigurări. Alocarea subvenției de la angajator la angajat, transferată

prin tichete speciale de plată, nu se consideră a fi un salariu și, prin urmare, nu ar trebui să se supună contribuților de asigurări, cel puțin nu pentru o sumă anuală maximă. De asemenea, are legătură cu stimulentele fiscale și ar trebui să nu fie considerată ca făcând parte din salariul angajatului.

În plus, pentru a mobiliza întreprinderile care achiziționează vouchere pentru efectuarea de plăți, este necesar să se asigure posibilitatea deducerii sumei pe care compania o plătește pentru finanțarea tichetelor din veniturile impozabile ale întreprinderii (cel puțin pentru o parte din sumă).

Limitele scutirilor de la impozitare și plata asigurărilor constituie o problemă care trebuie analizată de către ministerele competente în relație cu limitele bugetului public.

În cadrul acestei propunerii, vom studia și cerceta cele mai adecvate tehnici pentru o intervenție eficientă în vederea încurajării consumului de servicii de economie socială.

Voucherele de plată ca mijloc de acces la unele servicii foarte specifice ale economiei sociale vizează furnizarea de servicii de voluntariat, deoarece nu pot substitui o parte a salariului angajatului pentru instituția de finanțare. În mod clar, acesta este un beneficiu în natură din partea companiei pentru angajații săi.

Companiile interesate, inițial, semnează un contract de cooperare cu organizația care emite titlurile, care sunt ulterior puse la dispoziția personalului companiei.

Întreprinderile sociale și furnizorii persoane fizice autorizate deschid un cont la organizația care emite titlurile, nu mai târziu de ziua lichidării primelor vouchere de plată pe care le au în posesie.

Deschiderea unui cont este obligatorie în vederea asigurării rambursării tichetelor specifice. Este, de asemenea, o cerință decisivă pentru verificarea identității destinatarului final al banilor (pentru a evita fenomenul de circulație paralelă a banilor).

În același timp, utilizatorii serviciilor – angajații întreprinderii – deschid un cont la organizația emitentă a tichetelor. Voucherele de

plată trebuie să fie strict private pentru a evita folosirea lor ca „mijloc” al unei „piețe paralele de bani”.

Așadar, persoana fizică autorizată care acceptă aceste tichete ca mijloc de plată deschide un cont și la organizația emitentă a tichetelor. Organizația emitentă emite certificate de depunere personale în valoarea și în baza extrasului de cont.

Stimulele fiscale și planul de asigurări sociale asociate folosirii tichetelor de plată specifice pot avea un caracter general (neutralitatea fiscală și prevederea asigurărilor sociale până la o anumită sumă).

O condiție prealabilă pentru buna funcționare a unui mecanism eficient o constituie întocmirea precisă a planului și certificarea nu numai a organizațiilor (persoane fizice și juridice) care furnizează servicii de economie socială, dar și a categoriilor serviciilor furnizate. Pentru fiecare tranzacție pentru rambursarea căreia sunt folosite tichetele de plată speciale (vouchere de plată), trebuie scrise codul serviciului și codul furnizorului, împreună cu detaliile financiare ale serviciului și ale utilizatorului final. Acest proces permite un management și o monitorizare eficientă a dinamicii serviciilor și asigură o bază pentru orice inițiativă complementară sau de rectificare.

Mecanismul de facilitare a tranzacției serviciilor contribuie atât la extinderea și răspândirea utilizării economiei sociale, cât și la evitarea problemei lichidităților și a finanțării organizațiilor în general.

Tichetele (voucherele) trebuie să aibă un coeficient de lichiditate ridicat prin intermediul unui mecanism auxiliar de asigurare între furnizorii de servicii și utilizatorii acestora.

4.5. Aspecte tehnice ale emiterii și circulației tichetelor de plată (vouchere)

Atenta planificare a emiterii și circulației voucherelor de plată reprezintă o condiție prealabilă pentru buna dezvoltare a sistemului. Astfel, cel mai semnificativ aspect este atribuirea și alocarea avizului de emitere și circulație a tichetelor.

În țările unde practicarea furnizării de servicii în natură de către companiile mari care folosesc tichete preplătite este limitată sau aplicată mai mult într-un mod informal și empiric, fără intervenția unei organizații responsabile pentru emiterea acestora, problema vânzării și plății/rambursării este cu mult mai complexă.

O practică răspândită este folosirea de tichete-restaurant, ca măsură de asigurare pentru angajații întreprinderii, cu posibilitatea deducerii cheltuielilor din veniturile impozabile ale întreprinderii.

Cu toate acestea, organizațiile care emit tichete trebuie să obțină o autorizație în baza respectării specificațiilor și procedurilor detaliate care trebuie descrise în legislația națională.

O condiție necesară este aceea că aceste organizații, datorită faptului că funcționează ca instituții cvasifinanciare, ar trebui autorizate și ar trebui să funcționeze sub supravegherea mai largă a băncii centrale.

În ceea ce privește organizația de autorizare competență, trebuie aplicate cel puțin următoarele:

- ar trebui să existe o rețea a instituțiilor colaboratoare (de exemplu, bănci cu sucursale) cu acoperire națională, prin intermediul cărora se va face plata pentru tichetele emise;
- ar trebui să existe un cont de garanție pentru plata tichetelor către care se va face un depozit echivalent valorii tichetului precumpărat de către angajatorii financiari ai tichetelor, astfel încât să se formeze progresiv dispozițiile necesare pentru plata titlurilor de valoare. Organizația emitentă va fi numita administratorul, nu beneficiarul aceluia cont;
- furnizorii care primesc vouchere de plată (persoane fizice sau întreprinderi sociale) ar trebui să aibă posibilitatea de a face depunerea în mod direct la organizația emitentă, pentru plata imediată, la cerere. De asemenea, trebuie asigurată posibilitatea depunerii în propriul lor cont, asemenea cecurilor bancare normale, prin intermediul sistemului interbancar și

- cu condiția de a exista posibilitatea verificării autenticității voucherelor de către organizația emitentă;
- să se păstreze un sistem contabil capabil să sprijine garantarea continuă a lichidității contravalorii ticketelor aflate în circulație. Sistemul contabil al emitentului ar trebui să permită interpretarea și justificarea contabilă a tuturor mișcărilor financiare, de la emisarea ticketelor până la plata lor. Organizația emitentă ar trebui să fie capabilă să stocheze toate datele și informațiile contabile;
 - să se ia toate măsurile pentru a permite autentificarea ticketelor de către utilizatorii finali și de către alte părți implicate. Emisarea ticketelor ar trebui să respecte un sistem de numerotare pentru a permite verificarea unicătății lor. Organizația emitentă ar trebui să prevadă atât toate detaliile circulației fizice/materiale a ticketelor, cât și potențiale probleme de falsificare sau furt fizic/material al ticketelor;
 - titlurile cumpărate de către organizațiile finanțatoare de tickete preplătite ar trebui să poată să includă numele sponsorului, valoarea nominală a ticketului, regiunea geografică a aplicării/valabilității ticketului și datele beneficiarului. Este important să poată nominaliza ticketele cu privire la destinatar, dar și la furnizor (persoană fizică sau întreprindere socială), în cazurile în care finanțatorul își exprimă preferința pentru o anumită organizație.

4.6. Experiențe relevante din Italia și Franța: economia socială și producția de servicii sociale (voucherele sociale ca instrumente)

Utilizarea voucherelor preplatite de plată a serviciilor cuprinse în sectorul mai larg al economiei sociale este o experiență în continuă evoluție în țările în care a fost format un sector dezvoltat al economiei sociale. Practica voucherelor urmează a fi întâlnită atât ca mecanism

financiar atractiv și acceptat la scară largă al producției de servicii de economie socială și al întreprinderilor sociale, cât și ca model al unui nou parteneriat flexibil și eficient dintre sectorul public și întreprinderile sociale. În ambele cazuri, voucherele de plată sunt folosite ca instrument esențial al unei dezvoltări descentralizate a serviciilor asigurărilor sociale, în combinație cu dezvoltarea întreprinderilor sociale și a ocupării forței de muncă.

Casetă nr. 14

Legea-cadru nr. 328/2000 din Italia – experiențe ale furnizării serviciilor de asistență

În Italia, Legea nr. 328/2000, cu ajutorul căreia au fost realizate acordurile instituționale pentru sprijinul social (asistența socială), stabilește standardele care trebuie îndeplinite de către cooperativele sociale din țară, astfel încât ele să poată furniza servicii în domeniul sănătății, servicii sociale și alte servicii de interes comunitar.

De asemenea, această lege introduce metoda voucherelor ca mijloc și metodă de plată în sector, în baza proiectelor corporative, în domenii cum ar fi cel al îngrijirii copiilor, a bătrânilor, a persoanelor cu dizabilități fizice sau intelectuale, a imigrantilor și a persoanelor cu risc ridicat de sărăcie. Planurile corporative sunt conturate de către comitetele locale, în cadrul căror sunt implicate administrația locală, economia socială și sindicale. Aceste comitete dețin, conform noii legi, jurisdicția de a decide asupra măsurilor politicii sociale din aria de care aparțin (regiuni cu câteva sute de mii de rezidenți).

Legea nr. 328/2000 introduce noi metode și instrumente pentru descentralizarea serviciilor sociale (externalizare) la nivel local, prin intermediul unui sistem de organizații de certificare care își exprimă interesul justificat, conform criteriilor de calitate și compatibilitate a serviciilor oferite. Legea permite întocmirea unei liste oficiale (registru oficial) a furnizorilor de servicii de asistență socială și de sănătate la nivel local. Astfel, autoritățile locale pot obține beneficii relevante exclusiv din această listă. De asemenea, oportunitatea este asigurată și pentru persoanele fizice autorizate de a achiziționa servicii din lista organizațiilor autorizate, folosind vouchere sociale care pot fi furnizate de autoritățile locale.

Filosofia care stă la baza acestei legi este de a se asigura că cetățenii au capacitatea de a alege serviciul și furnizorul cei mai potrivici din lista de furnizori autorizați. Legea stipulează faptul că statul stabilește standardele minime comune pe care trebuie să le aplice organizațiile administrațiilor locale în administrarea certificării. Regiunile, în schimb, stabilesc costurile standard pentru contractele încheiate între autoritățile locale și furnizorii de servicii. Autoritățile locale au responsabilitatea de a elabora lista de servicii și de a stabili liste cu furnizorii specifici de servicii, respectând procedurile competiției deschise.

Un exemplu definitoriu de solicitare-pilot a noului sistem descentralizat de certificare și plată prin utilizarea instrumentelor ca vouchere sociale este cel al programelor de asistență la domiciliu pentru persoanele în vîrstă, introduse în anul 2003 de către municipalitatea din Genova. Municipalitatea, în strânsă cooperare cu cooperativele sociale din regiune, a stabilit un sistem de evaluare a nevoilor persoanelor vîrstnice și criteriile de selecție a contractorilor pentru program. În Italia, această cooperare (autorități locale și cooperative sociale) este caracterizată ca fiind o experiență fundamentală a activităților de planificare comună între sectorul (comunitar) public și întreprinderile sociale. Cerințele minime pentru înregistrarea în listele furnizorilor de servicii pentru acest program asigură oportunitatea de autorizare și certificare pentru:

- cooperativele sociale (ale Legii nr. 381/91) cu experiență atestată de 24 de luni în domeniul activităților și programelor de îngrijire a persoanelor vîrstnice;
- companiile cu profit cu experiență dovedită de cel puțin 24 de luni în activități similare;
- asociații și organizații nonprofit cu o experiență de cel puțin 24 de luni în programe de îngrijire a persoanelor vîrstnice.

Întocmirea unei liste cu furnizorii autorizați de servicii pentru acest program nu implică contractarea imediată. Această opțiune indică numai oferirea posibilității de a participa la un apel public de propunerি pentru furnizarea de servicii sau participarea într-un registru al furnizorilor prin care cetățenii pot beneficia de servicii folosind vouchere sociale.

Municipalitatea din Genova a stabilit, în scopul acestui program special, o comisie specială pentru pregătirea și controlul calității standardelor și a sistemului de management al voucherelor. Standardele de calitate privesc aspectele legale și administrative ale solicitantilor,

organizarea internă a candidaților, competențele profesionale și personale ale personalului lor.

Din cerințele pentru lista furnizorilor autorizați, următoarele condiții sunt menționate în mod explicit: experiența personalului angajat, programele de formare pe care aceștia le-au urmat, procedurile de selecție a personalului, lista corectă și detaliată a prețurilor pentru fiecare categorie de serviciu, respectarea procedurilor de participare și evaluarea nivelului de satisfacere a utilizatorilor.

O altă inițiativă paralelă în Italia a fost adoptarea unui serviciu de cazare a pacienților aflați în faza de recuperare, în structuri specializate create de cooperativele sociale, folosind regimul voucherele preplătite, în regiunea Milano. Consiliul local este responsabil de organizarea serviciului, iar sub egida sa sunt stabilite finanțarea, furnizorii de serviciu și selectarea beneficiarilor. Același consiliu a decis asigurarea cazării anumitor categorii de persoane cu dizabilități, dar și oferirea altor servicii sociale.

Casetă nr. 15

Voucherele sociale în Franța – de la „ajutorul la domiciliu” la „servicii de îngrijire și asistență la domiciliu”

De o importanță specială se bucură implementarea unei politici naționale sistematice pentru dezvoltarea sectorului asigurărilor sociale (secteur des services à la personne – sectorul serviciilor destinate asistenței persoanei). Planul național pentru dezvoltarea serviciilor pentru cetățeni a început în anul 2005, după o întâlnire multilaterală cu partenerii sociali și ceilalți parteneri. Planul național împarte sectorul în cinci categorii de activitate: i) servicii pentru asistența familiilor, ii) servicii medicale, iii) servicii de asigurare a calității vieții la domiciliu și la locul de muncă, iv) servicii de asigurare a locuințelor și a mediului rezidențial și, în cele din urmă, v) servicii de mediere administrativă.

Acest sector numără în Franța aproximativ 1,3 milioane de angajați și persoane fizice autorizate, cu o creștere anuală care variază între 5% și 7%. Sectorul îngrijirilor la domiciliu împărtășește trăsături comune cu sectorul mai mare al economiei sociale: se estimează că sectorul numără 6.000 de structuri de servicii de producție (asociații nonprofit și cooperative), aproximativ 500 de întreprinderi private mici, centre comunitare

de asistență socială în întreaga țară și „marile grupuri de companii ale economiei sociale” (bănci cooperative, organizații cooperative de asigurări mutuale și mari companii private implicate în furnizarea acestui tip de servicii).

Inițiativa statului francez pentru un plan național care să promoveze dezvoltarea serviciilor pentru cetățeni este împărțită în trei subinițiative naționale:

- 1) inițiativa pentru certificarea și promovarea etichetelor de calitate pentru accesul unic la servicii de calitate;
- 2) acțiunea pentru instituționalizarea activităților și certificarea furnizorilor;
- 3) inițiativa de exploatare a subvențiilor și instrumentelor pentru dezvoltarea sectorului.

În cadrul ultimei inițiative (subvenții și instrumente de plată), mijloacele și instrumentele financiare sunt asigurate pentru extinderea serviciilor în special prin stimularea creșterii cererii pentru aceste servicii.

În acest context, sunt prevăzute scutiri de la plata contribuțiilor asigurărilor de sociale pentru companiile care furnizează servicii și pentru gospodăriile care folosesc serviciile furnizate de persoane fizice. De asemenea, sunt incluse scutiri pentru companiile care cofinanțează achiziționarea de servicii de asistență socială de către personalul acestora.

În Franța, voucherele sociale au luat forma unui singur voucher (cec universal de servicii) care este emis de organizații abilitate, sunt pentru uz general și pot fi folosite pentru a cumpăra servicii de la furnizori autorizați (persoane fizice sau juridice).

Certificarea/abilitarea este acordată de Agenția Națională pentru Servicii Destinate Cetățenilor, care a fost înființată odată cu începerea implementării Planului național, și este autorizată în acest sens de către Ministerul Francez al Muncii.

Franța a încercat să asocieze integral măsurile de încurajare a consumului de servicii ale economiei sociale cu definiția și sistematizarea activităților eligibile, certificarea furnizorilor de servicii și folosirea răspândită a voucherului unic, care reprezintă un mijloc flexibil de plată.

În concluzie, transferul/relocarea finanțării de la instrumente financiare tradiționale la metode de servicii preplatite rezolvă, în mare parte, problema finanțării activităților sectorului.

În Franța, se aplică un sistem simplificat pentru plata contribuțiilor de asigurări de către utilizatorii serviciilor (persoane individuale ce folosesc servicii ale persoanelor fizice), contribuind astfel la extinderea pieței de servicii către o potențială piață de câteva milioane de consumatori specifici care pot avea oportunitatea, fără alte proceduri speciale, de a recurge la serviciile persoanelor fizice înregistrate pe listele furnizorilor autorizați de servicii.

Pentru a coordona Planul național, a fost înființată o agenție națională (Agence Nationale pour les Services à la Personne – Agenția națională pentru servicii destinate persoanelor), care și-a asumat răspunderea administrației integrale a sistemului (activități eligibile, certificarea furnizorilor, administrarea contribuțiilor de asigurări, cooperarea cu fondurile de asigurări, controlul managementului voucherelor).

În scopul acestor activități, agenția națională este dotată cu infrastructură IT de administrare a informațiilor și datelor. În orice caz, dezvoltarea serviciilor de îngrijiri pentru cetățeni, ca domeniu pentru dezvoltarea inițiatiivelor economiei sociale, dobândește o dimensiune total nouă, datorită schimbărilor revoluționare din domeniul TIC (tehnologia informației și comunicațiilor). În Franța, Planul național se bazează pe utilizarea generală a tehnologiei informațiilor și comunicațiilor, care permite atât creșterea potențialului serviciilor (noi servicii, noi utilizatori), cât și accesul la acestea din urmă.

Dezvoltarea rețelelor în bandă largă deschide noi oportunități pentru întreprinderi și persoane care își desfășoară activitatea în domeniul îngrijirilor la domiciliu ale pacienților, persoanelor vârstnice și persoanelor cu nevoi speciale. Rețeaua în bandă largă poate sprijini dezvoltarea rapidă a serviciilor de asistență pentru persoanele a căror stare de sănătate necesită monitorizare și îngrijiri periodice. Activitățile regulate precum „ajutor la domiciliu” și serviciul mult mai avansat „îngrijire la domiciliu” par a fi un nou domeniu competitiv de servicii cu potențial și impact social mult mai mare în comparație cu imaginea generală a sectorului serviciilor de asistență la domiciliu.

CAPITOLUL 5

ALTE SURSE DE FINANȚARE LA NIVEL EUROPEAN

5.1. Comisia Europeană

Comisia Europeană poate fi o sursă de contribuții financiare în contextul **granturilor și al contractelor publice**, în vederea asigurării de sprijin organizațiilor a căror misiune intră în spectrul mai larg al obiectivelor și intereselor UE sau ajută la implementarea unui program sau a unei politici UE. Sursele majore ale acestor granturi sunt:

- direcțiile generale ale Comisiei;
- birourile și agențiile Comisiei;
- alte autorități (autorități naționale sau regionale din state membre ale UE).

Organizațiile neguvernamentale și cele ale societății civile pot fi finanțate de autoritățile naționale și locale prin alocarea fondurilor structurale, sub programele avizate de către Comisie. Peste 1.000 milioane de euro sunt alocate pe an proiectelor ONG de către Comisie, în principal, în domeniul **relațiilor externe** pentru dezvoltarea cooperării, drepturilor omului, programelor de sprijin democratic și ajutorului umanitar. În acest context, un ONG poate primi două tipuri de finanțare:

- ✓ **grantul de acțiune:** include depunerea propunerii într-o arie clară de acțiune și, dacă are succes, proiectul este cofinanțat de către UE;
- ✓ **grantul de funcționare:** privește acele ONG-uri ale căror obiective și inițiative sunt de interes general pentru UE sau pot contribui la formularea politicilor europene. În acest caz,

procesul de acordare include o analiză a activităților ONG-ului, a scopului, a planului anual de lucru și a compatibilității sale cu prioritățile politicii etc.

Exemple de programe care pot acorda granturi de funcționare sunt Europa pentru cetățeni (acțiunea 2: Societatea civilă activă în Europa), Cultură 2007 (componenta a doua: Sprijin pentru organisme active la nivel european în domeniul culturii) și Progres (sprijin pentru ONG-urile active la nivel UE în domeniul incluziunii sociale, al nediscriminării și egalității dintre sexe).

Casetă nr. 16

Oportunități de finanțare de către aria politică

- Comisia Europeană și societatea civilă:
http://ec.europa.eu/civil_society/index_en.htm.
- Website-ul Directoratului General pentru Politică Regională asigură informații despre acțiunea Uniunii Europene în sprijinirea dezvoltării regionale: http://ec.europa.eu/regional_policy/index_en.htm
Acesta include o listă a autorităților administrative pentru fondurile structurale din fiecare regiune: http://ec.europa.eu/regional_policy/manage/authority/authority_en.cfm.
- Fondul Social European: http://ec.europa.eu/employment_social/esf/.
- Biroul Europa Ajutor pentru Dezvoltare și Cooperare:
http://ec.europa.eu/europeaid/index_en.htm.

Sursa: Prezentare generală a noilor reguli financiare și a oportunităților de finanțare 2007-2013, http://ec.europa.eu/budget/library/biblio/publications/funds_rules/pack_rules_funds_en.pdf.

Fondurile structurale europene în conformitate cu cadrul național strategic

Coeziunea economică și socială în rândul statelor membre ale UE a fost unul dintre obiectivele prioritare majore. “*Prin promovarea coeziunii, Uniunea încurajează dezvoltarea economică armonioasă, echilibrată și sustenabilă, creând locuri de muncă și contribuind la protecția mediului și eliminarea inegalității dintre bărbați și femei*” (europa.eu).

Fondurile structurale și Fondul de Coeziune reprezintă instrumente financiare create pentru a implementa politica de coeziune cunoscută ca politica regională a Uniunii Europene, cu scopul de a reduce disparitățile regionale în termeni de venituri, bogătie și oportunități. Fondurile structurale sunt formate din Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR) și Fondul Social European (FSE).

5.2. Inițiative europene

Inițiativele europene promovează utilizarea instrumentelor financiare în cadrul politicii de coeziune, pentru a sprijini IMM-urile și regenerarea urbană, precum și incluziunea socială a persoanelor vulnerabile.

5.2.1. Inițiativa JEREMIE

JEREMIE (*Joint European Resources for Micro to medium Enterprises – Resurse europene comune pentru întreprinderi mici și mijlocii*) este o inițiativă a Comisiei Europene dezvoltată împreună cu Fondul European de Investiții. Programul este adresat întreprinderilor mici și mijlocii, iar obiectivul său principal este de a promova utilizarea instrumentelor financiare pentru a spori accesul IMM-urilor la finanțare prin intervenții din fondurile structurale. Acest aspect se bazează pe capacitatea țărilor UE de a utiliza și aloca fondurile lor structurale europene. Instrumentele alternative de finanțare pot fi capitalul de risc, creditele sau fondurile de garanții.

Obiectivele programului de alocare de fonduri sunt:

- crearea unor companii noi sau extinderea celor existente;
- accesul întreprinderilor (în special al IMM-urilor) la capital de investiții pentru modernizarea și diversificarea activităților lor, dezvoltarea de produse noi, asigurarea și extinderea accesului pe piață;
- cercetare și dezvoltare pentru afaceri, transfer tehnologic, inovație și antreprenoriaț;
- modernizarea tehnologică a structurilor de producție pentru a contribui la atingerea obiectivelor unei economii cu emisii de carbon scăzute;
- investiții productive care creează și salvgardează locurile de muncă durabile;
- contribuțiile din partea Fondului European de Dezvoltare Regională (FEDR) sunt alocate pentru fonduri de credit, garanții sau capital de risc, pentru a investi în întreprinderi. Aceste investiții pot lua forma capitalului, a unor împrumuturi și/sau garanții;
- profiturile din investiții sunt reinvestite în întreprinderi. În acest fel, o grupare de fonduri poate fi reutilizată de mai multe ori, recicându-se fondurile publice, sprijinindu-se capitalul și sporindu-se caracterul durabil și impactul resurselor publice alocate IMM-urilor;
- ca alternativă, autoritățile de management pot decide să canalizeze resurse din partea programului, folosind fondurile tip holding (FH), care sunt înființate în scopul de a investi în mai multe fonduri de investiții. Acest lucru nu este obligatoriu, dar se oferă avantajul de a permite autorităților de management să delege către experți profesioniști unele dintre sarcinile necesare implementării programului JEREMIE.

Scopul de a îmbunătăți mijloacele de finanțare a întreprinderilor mici prin credite (inclusiv microcredit, capital de risc și garanții) și de a asigura sprijinul organizațional și tehnic necesar vizează

sistematizarea utilizării creditului și a altor surse de finanțare de capital în legătură cu subvențiile așteptate. În special, se prevede, în cooperare cu autoritățile competente ale statelor membre, identificarea nivelului de nevoi și armonizarea acestora cu serviciile financiare în statele membre și în regiunile lor, urmărindu-se elaborarea de planuri de acțiune pentru atingerea echilibrului dintre cerere și oferă. La nivel operațional, s-a solicitat statelor membre să integreze aceste planuri în programele operaționale ale perioadei 2007-2013.

Astfel, ca prim pas, a trebuit să se stabilească fondul de holding care să funcționeze ca mecanism central de finanțare (fond de fonduri), prin care se stabilesc relațiile de funcționare și finanțare ale noilor instrumente financiare, care vor fi aplicate în perioada de programare în curs. Contractul de finanțare dintre autoritățile administrative/de management ale programului 2007-2013 și fondul de holding ar trebui să includă, de asemenea, costurile de organizare și dezvoltare ale noilor instrumente financiare (inclusiv microcreditul și capitalul de risc) la nivel local și regional, în funcție de grupul-țintă de care aparțin regiunile (regiuni de coeziune, competitivitate regională etc.).

Potrivit instrucțiunilor de implementare, fondul de holding și inițiativa JEREMIE au făcut un apel deschis de exprimare a interesului de către toți „intermediarii financiari” în cauză, inclusiv potențiali furnizori de microcredit cu capital de risc, fonduri de credit sau garantare, oferindu-le posibilitatea de a lua parte la inițiativă. Apelul a rămas deschis pentru prima jumătate a perioadei de program în curs.

Organizațiile care furnizează instrumente financiare și care sunt selectate (JEREMIE le numește intermediari financiari) pot primi fonduri pentru programe de microcredit, garanții, capital de risc și costuri de organizare.

5.2.2. Inițiativa JESSICA

JESSICA, acronimul pentru *Joint European Support Program for Sustainable Investment in City Areas* (Sprijin european comun pentru investiții durabile în zonele urbane) este o inițiativă a Comisiei Europene dezvoltată în cooperare cu Banca Europeană de Investiții

(BEI) și Banca de Dezvoltare a Consiliului Europei (CEB). Această inițiativă sprijină dezvoltarea urbană durabilă și regenerarea prin mecanisme financiare.

JESSICA promovează dezvoltarea urbană durabilă, sprijinind proiecte în următoarele domenii:

- **infrastructura urbană** – inclusiv transporturi, apă potabilă/apă reziduală, energie;
- **patrimoniu sau locuri cu valoare culturală** – pentru turism sau în alte scopuri durabile;
- **reluarea dezvoltării terenurilor dezafectate** – inclusiv degajarea și decontaminarea acestora;
- **crearea de noi spații comerciale** pentru IMM-uri, sectorul IT și/sau sectorul CDI;
- **clădiri pentru universități** – în domeniul medical, al biotehnologiilor și pentru alte specializări;
- **sporirea eficienței energetice**

Sursa: http://www.2007-2013.eu/initiative_jessica.php.

Beneficiile majore ale inițiativei JESSICA derivă din obiectivele sale:

1. **Reciclarea fondurilor:** Prin intermediul programului de finanțare JESSICA, membrii UE au oportunitatea de a crea o infrastructură durabilă pentru fondurile curente.
2. **Mecanismul de pârghii:** Un alt avantaj este că, prin intermediul programului JESSICA, sectorul privat poate fi implicat, astfel crescând viitoarele investiții și competențe în implementarea și managementul proiectului. Sectorul privat poate îndeplini cerințele pentru contribuția statului membru privind cofinanțarea.
3. **Flexibilitate:** Programul asigură o abordare flexibilă, atât în ceea ce privește eligibilitatea mai mare a cheltuielilor, cât și folosirea fondurilor JESSICA prin intermediul capitalului de acțiuni, al creațelor sau al investițiilor garantate.

4. *Expertiză și creativitate*: Statele membre, autoritățile administrative, metropolele și orașele vor beneficia de expertiza sectorului bancar și privat.

De asemenea, JESSICA ar putea funcționa și drept catalizator în regiunile urbane pentru a intensifica piața de investiții și, prin urmare, pentru a completa alte inițiative sau surse de finanțare care pot exista deja în statul membru.

Sursa: http://www.eib.org/attachments/thematic/jessica_2008_en.pdf.

5.2.3. Programul Leonardo da Vinci

Programul Leonardo da Vinci face parte din programul de învățare pe tot parcursul vieții al Comisiei Europene și finanțează proiecte în domeniul educației și formării profesionale, care include inițiativele de „mobilitate” care permit oamenilor să se formeze într-o altă țară, proiectele de cooperare care transferă sau dezvoltă practici inovatoare și rețelele care se concentrează pe teme de actualitate din acest sector. Grupul-țintă al Programului Leonardo da Vinci diferă de la cursanți și participanți la formări profesionale inițiale până la persoane care au absolvit deja, profesioniști (din domeniul educației și formării profesionale), precum și persoane din organizații active în acest domeniu.

Obiectivul programului este de a îmbunătăți parteneriatele în rândul organizațiilor de educație profesională din Europa, de a face schimb de bune practici și de a crește nivelul de experiență și expertiză al personalului acestora. De asemenea, urmărește creșterea competitivității pieței europene de muncă prin a ajuta persoanele să obțină noi competențe, cunoștințe și calificări. În plus, urmărește să promoveze inovația și să îmbunătățească calitatea sistemelor de formare, prin dezvoltarea și transferul de politici inovatoare, cursuri, metode de predare, materiale și proceduri.

Programul promovează:

- a. mobilitatea (prin intermediul activităților „Formare profesională inițială”, „Persoane pe piața muncii”, „Profesioniști în educație și formare profesională”, „Certificate de mobilitate”, „Vizite pregătitoare”);

b. parteneriate;

c. proiecte multilaterale (organizații din diferite țări lucrează împreună pentru a elabora practici de lucru în sectorul educației și formării profesionale, cum ar fi „Dezvoltarea inovării”, „Transferul de inovare”, „Rețele tematice”, „Măsuri însoțitoare”.

Sursa: http://ec.europa.eu/education/leonardo-da-vinci/what_en.htm.

5.2.4. Programul Grundtvig

Programul Grundtvig finanțează diferite tipuri de proiecte sau „acțiuni”. O parte dintre aceste acțiuni sunt „centralizate”, ceea ce înseamnă că formularele de aplicație pentru proiecte trebuie depuse la Agenția Executivă pentru Educație, Audiovizual și Cultură a Uniunii Europene. Agenția alocă și administrează solicitările de granturi cu ajutorul experților externi. Alte acțiuni sunt „descentralizate”, ceea ce înseamnă că solicitările trebuie depuse la agenția națională din fiecare țară participantă.

Acțiunile programului sunt clasificate după cum urmează:

Tabelul nr. 6. Clasificarea acțiunilor programului Grundtvig

Pentru adulții care trăiesc în Europa	
Ateliere de lucru Grundtvig	Curs cu durată de 5-10 zile într-o altă țară europeană. Atelierele de lucru sunt organizate pe diferite teme: a. artele vizuale, muzica, creativitatea, matematica, științele, precum și alte tematici care nu sunt condiționate de cunoașterea limbilor străine; b. învățarea limbilor străine, în special pentru persoanele care doresc să-și dezvolte competențele de bază (sau să-și îmbunătățească aceste competențe într-un domeniu specializat) în limba țării unde se organizează atelierul, mai ales dacă limba respectivă este mai

	<p>puțin utilizată și predată;</p> <p>c. grupuri de discuții pe teme de interes comun la nivel european, menite să stimuleze un interes crescând al populației adulte cu privire la problematica respectivă;</p> <p>d. cetățenie activă și dialog intercultural;</p> <p>e. educația pentru sănătate.</p>
Cursuri de formare continuă a personalului implicat în educația adulților	Cursuri pentru personalul din domeniul educației adulților, organizate pe tot parcursul anului, pe diferite teme.
<i>Lucrul în domeniul educației adulților</i>	
<i>Dezvoltare profesională</i>	
Curs de formare continuă a personalului implicat în educația adulților	Cursuri pentru personalul din domeniul educației adulților, organizate pe tot parcursul anului, pe diferite teme.
Vizite și schimburi	Participarea la o conferință europeană, la un seminar de stabilire a contactelor, schimburi de locuri de muncă, ziua porților deschise etc.
Stagii ca asistenți	12 până la 45 de săptămâni în cadrul unei organizații de educație pentru adulți într-o altă țară europeană.
<i>Participarea sau coordonarea unui proiect european</i>	
Parteneriate de învățare	Proiecte mici de cooperare pe o perioadă de 2 ani, cu un minim de 3 parteneri.
Proiecte multilaterale	Proiecte mari de cooperare pe o perioadă de 1-3 ani, cu un minim de 3 parteneri.
Rețele	Proiecte foarte mari de cooperare pe o perioadă de 3 ani, cu un minim de 10 parteneri.
<i>Activități alternative</i>	
Găzduirea unui asistent Grundtvig	12 până la 45 de săptămâni în cadrul unei organizații de educație pentru adulți într-o altă țară europeană

Dezvoltarea unei acțiuni în domeniul educației adulților: o „măsură de acompaniere”	Organizarea de conferințe, campanii promoționale, publicații etc.
Beneficierea de o vizită pregătită de către o persoană din cadrul organizației	Cunoașterea pe scurt a unei alte organizații, cu scopul de a dezvolta un proiect împreună.
Organizația de voluntariat	
Proiecte de voluntariat pentru persoane în vîrstă	Proiect cu durata de doi ani organizat de două organizații din țări diferite, în cadrul căruia persoanele participante se pot oferi să devină voluntari în străinătate pe o perioadă de la 3 la 8 săptămâni.

Sursa: http://ec.europa.eu/education/grundtvig/what_en.htm.

5.2.5. Programul de vouchere sociale

Un alt mecanism pentru consolidarea funcționării întreprinderilor sociale este programul de vouchere sociale (un voucher este asemenea unei subvenții care nu poate fi consumată decât într-un mod anume). Facilitarea comerțului este prioritatea-cheie în cadrul acestei alternative. *Dezvoltarea acestui mecanism presupune activarea actorilor grupurilor sociale precum: agenții, entități din sectorul public și privat, angajatori și angajați, organisme de asigurare etc.* Acest mecanism este adresat în principal persoanelor care vor alege să folosească produsele și serviciile de la o întreprindere socială autorizată. Cel mai adesea, gama de servicii se concentreză pe îngrijirea la domiciliu, îngrijirea grădinilor, îngrijirea persoanelor în vîrstă, îngrijirea copilului, pregătirea și servirea meselor, servicii de internet și informații de sprijin etc. De obicei, *furnizarea produselor și serviciilor sociale se face prin intermediul unui carnet de cecuri de la instituția responsabilă (de exemplu, banca, dar acest lucru depinde de sistemul organizațional al fiecărei țări).* Avantajele principale se referă la faptul că utilizatorii acestor servicii au un mod de plată simplificat, însă și

mai importantă este posibilitatea deducerii unei părți din veniturile lor impozabile.

Voucherele sociale pentru achiziționarea de servicii de către întreprinderi și organizații

Voucherele sociale pentru serviciile economiei sociale pot fi distribuite de persoane juridice (sponsori pentru angajații lor), iar aceste titluri au o anumită valoare care este acoperită de angajator.

Voucherele de plată pot fi folosite pentru plata furnizorilor autorizați/intreprinderi sociale de servicii ale economiei sociale. În acest caz, utilizatorul de servicii și întreprinderea care finantează serviciile nu mai au nici o implicare ulterioară în procedura de acoperire a contribuțiilor la asigurările plătite de organizațiile care furnizează aceste servicii angajaților lor.

În cazul în care furnizorul de servicii este o persoană fizică autorizată, tichetele preplatite sunt folosite ca cecuri de uz general (cu furnizarea unui cupon care va fi trimis autoritătilor competente pentru a procesa contribuțiile de asigurări).

Managementul și stimulele pentru utilizarea voucherelor sociale

Întreprinderile economiei sociale (persoane fizice autorizate sau juridice) care sunt plătite prin vouchere sociale ar trebui să fie îndreptățite să le trimită unui serviciu care poate prelucra rambursarea lor imediat. Acest serviciu este asigurat fie de emitentul titlurilor, fie de o agenție centrală împuernică să se ocupe de aceste plăți. În alte cazuri, titularul tichetului/titlului poate depune/trimitre titlul băncii, ca și cum ar fi un cec bancar normal și, ulterior, banca se ocupă de reglarea plășilor, folosind rețeaua interbancară.

5.2.6 Achizițiile publice în Uniunea Europeană

Achiziția publică este termenul alternativ care descrie cheltuielile realizate din partea sectorului public pentru bunuri și servicii. Se

estimează că aproximativ 16% din PIB-ul UE provine din activități de achiziții. Bovis (2005) afirmă că “*Achiziția publică ar putea fi cel mai bine descrisă ca sistemul lanțului de aprovizionare pentru achiziționarea tuturor bunurilor, lucrărilor și serviciilor necesare de către stat și organele sale când acționează în exercitarea interesului public.*”

Prioritatea statelor este de a îmbunătăți calitatea vieții cetățenilor și poate fi atinsă doar dacă statul este destul de implicat să furnizeze rezidenților săi servicii care să vină în întâmpinarea nevoilor lor. Guvernele ar trebui să cheltuiască sume din ce în ce mai mari în acest scop, iar acest lucru este fezabil numai dacă statul are resurse nelimitate. Odată ce fondurile provin din impozitare, înseamnă că guvernele pot folosi acest instrument. În schimb, ele pot controla costul serviciilor furnizate. Găsirea de metode de a oferi servicii publice de înaltă calitate și, în același timp, de a controla costurile este o problemă politică critică.

UE, pentru a profita de economia eficientă și inițiativa unei piețe unice, a procedat la formularea regimului legislativ astfel încât să asigure accesul egal pentru toate întreprinderile și entitățile sociale. În mod specific, acesta este prezentat în articolul 19 al Directivei 2004/18/CE.

“*În ceea ce privește contractele de achiziții publice de servicii, aplicarea integrală a prezentei directive trebuie limitată, pe o perioadă tranzitorie, la contractele în cazul cărora dispozițiile prezentei directive permit realizarea tuturor posibilităților de amplificare a schimburilor comerciale transfrontaliere. Contractele pentru alte servicii trebuie monitorizate în decursul perioadei tranzitorii, înainte de luarea unei decizii privind aplicarea integrală a prezentei directive. În acest scop, trebuie definit mecanismul respectivei monitorizări. Acest mecanism trebuie să permită, în același timp, accesul celor interesați la informațiile relevante (Directiva 2004/18/CE).*

Implicarea întreprinderilor sociale în furnizarea serviciilor publice este preferată pentru obiectivele statului de:

- **a îmbunătăți inclusiunea socială** prin intermediul inițiatiivelor întreprinderilor sociale care se ocupă în principal de persoanele caracterizate ca fiind excluse social, cum ar fi persoanele cu dizabilități;

- a îmbunătăți furnizarea serviciilor publice:** O mare parte a întreprinderilor sociale pot realiza activități pentru atingerea acestui obiectiv, cum ar fi: cooperativele (societăți deținute de angajați care asigură servicii la domiciliu persoanelor în vîrstă sau cu handicap sau de îngrijire a copilului în grădinițe); organizații de transport comunitar (care, în mod normal, sunt deținute de membrii unei comunități geografice și furnizează servicii pentru persoanele cu dizabilități); întreprinderi de reciclare a deșeurilor (care sunt adesea deținute de angajații lor și/sau de activiștii de mediu și desfășoară activități precum strângerea și sortarea hainelor purtate și a mobilierului folosit). De asemenea, există un nou sector al întreprinderilor de mediu cu activitate de reciclare a deșeurilor electronice.

Caseta nr. 17

Art. 19 din Directiva 2004/18/CE în cazul elen

În Grecia, a fost desemnat statutul „cooperativei sociale cu răspundere limitată” (Koinonikos Synterismos Periorismenis Eufthinis, KoiSPE) în anul 1999 pentru organizațiile care vizează grupuri specifice de persoane cu dizabilități psihosociale și care au ca obiectiv integrarea socio-profesională a acestora prin intermediul unei activități productive.

În contextul Directivei 2004/18/CE, Ministerul Muncii și Asigurărilor Sociale implementează clauza „exclusivității” achizițiilor publice pentru servicii de curățenie. Aceste mențiuni sunt amunțate pentru KoiSPE în mod prioritari. Autoritatea stabilește de fiecare dată precondițiile specifice – în conformitate cu categoria serviciilor solicitate – în dorința de a asigura un nivel specific al calității.

Câteva dintre documentele necesare sunt: certificatul pentru statutul fiscal al KoiSPE și statutul său operațional, precum și dovezi suplimentare care să ateste faptul că organizația este activă în domeniul serviciilor solicitate (e.g., servicii de curățenie).

Cooperarea sectorului public cu întreprinderile sociale pentru asigurarea produselor specifice și în special a serviciilor poate limita obiectivele statului pentru realizarea de servicii cu buget mic, dar de înaltă calitate, precum și asigurarea asistenței grupului specific de populație care se confruntă cu problemele excluderii sociale. Dezvoltarea și sprijinirea unui astfel de mecanism pot duce la multiple beneficii răspândite pentru o clasă mai mare a populației locale și naționale.

Casetă nr. 18

„Forest of Dean Radio”

„Forest of Dean Radio” a fost înființat în anul 1995 de către un grup mic de oameni pasionați de radiodifuziune. Inițial, stația radio aparținea comunității și voluntarii locali conduceau stația pentru a permite comunității să folosească radioul în a se informa cu privire la diverse activități (oportunități de restaurare, crearea de locuri de muncă, educație, coeziune și incluziune socială, activități culturale și creative). Încă de la înființarea sa, „Forest of Dean Radio” a sprijinit producția a peste 1.000 de programe diferite, implicând peste 5.000 de persoane, 60 de întreprinderi locale, 40 de școli locale, peste 500 de grupuri de voluntari, consiliu, cluburi sportive și artiști (a atrăs peste 20.000 de ascultători).

La început, când stația era mică, nu era nevoie să se acorde atenție generării de venituri. Această situație a început să se schimbe pe măsură ce stația a înregistrat succes în atragerea de fonduri. În anul 2003, „Forest of Dean Radio” a primit un grant de 26.000 de lire sterline de la Agenția de Dezvoltare Regională de Sud-Vest (South West Regional Development Agency - SWRDA) pentru a angaja cu jumătate de normă o persoană. „Forest of Dean Radio” a fost printre cele 200 de organizații care au solicitat una din cele 15 licențe-pilot. Solicitarea a avut succes, dar acest lucru implica faptul ca organizația să își reevaluateze bugetul pentru a servi scopurile sale inițiale. Astfel, s-a estimat că, pentru a îndeplini noile planuri, era necesară strângerea sumei de 90.000 de lire sterline. Amanda Smith, coordonator al „Forest of Dean Radio”, declară: “... nu

ne doream să depindem în permanență de granturi, aşa că a trebuit să ne gândim cum să devinim sustenabili. A trebuit să începem să ne considerăm ca o întreprindere individuală ca să ne asigurăm viitorul. Până în acel moment, nu ne mai gândiserăm prea mult la probleme cum ar fi finanțarea. Ajunsescem aici doar pentru a ne bucura de radio și pentru a lucra cu oameni tineri".

Această perspectivă nouă i-a făcut să se gândească la metode de câștigare a independenței lor economice, în contextul mai larg al sustenabilității: înregistrarea trupelor locale pe CD și vânzarea acestora; dezvoltarea reclamelor la radio și a sponsorizărilor pentru programele sale; înființarea unei mărci de înregistrări; furnizarea de servicii de consultanță comunitară agențiilor din sectorul public.

Chiar dacă această activitate comercială a creat mici câștiguri financiare, era încă nevoie să se dezvolte o altă activitate de care să beneficieze întreaga organizație. Astfel, a început dezvoltarea unui program de formare, iar cursurile de formare urmăru să fie susținute pentru stația radio din partea instituțiilor educaționale care își asumau acreditările cursanților. "Oferind cursuri de formare, ne asigurăm că ne-am atins misiunea socială. Puteam, de asemenea, să mergem în școli, grupuri de voluntariat și alte agenții pentru a le permite oamenilor să folosească această formă captivantă de media", potrivit Amandei Smith.

Sursa: Palmer Henry și Mornement Adam (2005), p. 25-31.

Casetă nr. 19

„Help and Care”

„Help and Care” este o organizație de voluntariat independentă, dedicată furnizării de servicii și sprijin de care au nevoie persoanele în vîrstă și îngrijitorii lor. Încă de la formarea sa în luna martie 1985, natura acestor cerințe a fost stabilită prin dezvoltarea comunitară și munca de mobilizare a organizației „Help and Care”. Serviciile includ: îmbunătățiri și reparații ale locuințelor, verificări de siguranță, sprijin și

consultanță individuală, sprijin la externarea din spital, vizite de grup și grădinărit. „Help and Care” este, de asemenea, implicată în cercetarea și asigurarea unei game largi de informații persoanelor în vîrstă. Activități de transport, cumpărături, educație și activități de timp liber și asistență în gospodărie sunt printre subiectele cel mai frecvent discutate. Încă de la mijlocul anilor 1990, un mijloc-cheie de diseminare a acestora și a altor informații a fost buletinul informativ „Help and Care News”. La începutul anului 2004, acest buletin informativ a fost relansat ca revistă bilunară.

Nevoia vitală de sprijin consolidat a apărut în luna martie 2003, când „Help and Care” a pierdut contractul său „Care Direct” (Îngrijiri directe), care aducea în jur de 30% din veniturile organizației. „Ne-am asumat mai multă muncă de atunci, însă pierderea unui contract întotdeauna lasă o organizație să se simtă vulnerabilă,” spune Gail Brittain, manager de resurse.

O idee a fost „Help and Care Development Ltd.”, o filială comercială integral deținută de „Help and Care”. Buletinul informativ a existat încă de la mijlocul anilor 1990; pe lângă schimbările de conținut și aspect, prima întrebare a fost: cum ar putea revista să facă bani?

Primul pas al „Help and Care” a fost să angajeze un consultant care să se ocupe de revistă și să aibă în vedere instrucțiunile. Abonamentele, sponsorizările și reclamele constituau toate posibilități. „A existat o negativitate inițială spre reclame. Experiența a afectat „Help and Care” ca organizație. Membrii personalului au rămas cu o conștientizare sporită a nevoii de promovare și marketing strategic. De asemenea, organizația a devenit mai mult o activitate de afaceri”. „A fost dificil, deoarece unii oameni cred că ideea organizațiilor de caritate care fac bani reprezintă un conflict de valori, însă a trebuit să începem să ne diversificăm sursele de finanțare. Trebuia să începem să ne schimbăm mentalitatea” (Gail Brittain).

Sursă: Palmer Henry și Mornement Adam (2005), p. 33-39.

ANEXE

Anexa nr. 1. Citate pentru antreprenori

- Pentru orice realizare, primul pas este curajul. – **Johann Goethe**
- Banii sunt un servitor bun, dar un stăpân rău. – **Dominique Bouhours**
- Nu este suficient să avem calități mărețe; trebuie să știm să le și folosim. – **François Rochedoucauld**
- Esențele tari se țin în sticluțe mici. – **William Shakespeare**
- Dacă un om poate face o cursă de șoareci mai bună decât a vecinului său, deși și-a construit casa în pădure, lumea va face o cale bătută la ușa lui. – **Ralph Waldo Emerson**
- Un antreprenor trebuie să muște un pic mai mult decât poate mesteca, sperând că va învăța repede cum să mestece. – **Roy Ash**
- Un om trebuie să fie destul de mare pentru a-și recunoaște greșelile, destul de deștept ca să învețe din ele și destul de puternic pentru a le corecta. – **John C. Maxwell**
- Scopul nostru în viață nu este de a îi întrece pe alții, ci de a ne întrece pe noi însine. - **E. Joseph Cossman**
- Logica ne duce de la A la B. Imaginația ne duce oriunde. – **Albert Einstein**
- Nu îi poți întreba pe clienți ce vor și apoi să încerci să le și dai acel ceva. Până îl construiești, ei își vor dori ceva nou. – **Steve Jobs**
- Succesul trebuie să te placă pe tine însuți, să îți placă ce faci și cum faci. – **Maya Angelou**

- Cel mai important lucru în comunicare este să auzi ce nu este spus. – **Peter F. Drucker**
- Nu-ți fă prieteni cu care să-ți fie confortabil, ci prieteni care să te forțeze să te ridici. – **Thomas J. Watson**
- Succesul reprezintă abilitatea de a trece de la un eșec la altul fără să îți pierzi entuziasmul. – **Winston Churchill**
- Pentru a avea succes, dorința de succes trebuie să fie mai mare decât frica de eșec. – **Bill Cosby**
- Spune tuturor ce vrei să faci și cineva va vrea să te ajute să îl faci. – **W. Clement Stone**
- A fi împreună este un început. A rămâne împreună este un progres. A lucra împreună este un succes. – **Henry Ford**
- Indiferent de cine sau ce ești, poți fi ceea ce vrei să fii. – **W. Clement Stone**
- Încearcă să fii un om de valoare și nu neaparat un om de succes. – **Albert Einstein**
- Cel mai bun mijloc de a prezice viitorul este să-l creezi tu singur. – **Peter Drucker**
- Un conducător este cel care știe drumul, merge pe drum și arată drumul. – **John C. Maxwell**
- Nu cred că un om își va părăsi afacerea. El trebuie să se gândească la ea ziua și să o viseze noaptea. – **Henry Ford**
- Ca să fii câștigătorul care te-ai născut să fii, tu trebuie să îți planifici și să te pregătești să câștigi. – **Zig Ziglar**
- Disciplina este podul care leagă aspirațiile de realizarea acestora. – **Jim Rohn**
- Un țel este un vis cu termen limită. – **Napoleon Hill**
- Antreprenoriatul nu e nici știință, nici artă. Este practică. – **Peter Drucker**
- Funcția conducerii este de a produce mai mulți lideri, nu mai mulți partizani. – **Ralph Nader**
- Fără creștere și progres continuu, cuvinte precum dezvoltare, realizare și succes nu au niciun înțeles. – **Benjamin Franklin**

- Invidia este doar a celor care privesc. – **Jim Rohn**
- Dacă construiești o mare experiență, clienții vorbesc între ei. Viul grai este foarte puternic. – **Jeff Bezos**
- Dacă îți vei pune întrebări vitale, asigură-te că faci ceva cu răspunsurile. – **Bo Bennett**
- În lumea modernă a afacerilor, e inutil să fii creativ, original, dacă nu poți să și vinzi ce creezi. – **David Ogilvy**
- Secretul succesului în viață este să fii pregătit atunci când a venit timpul. – **Benjamin Disraeli**

Anexa nr. 2. Asistență on-line și conferințe în domeniul antreprenoriatului social

Website-uri

- www.ashoka.org, www.changemakers.net
- www.redf.org/links_general.htm
- www.socialvc.net
- www.skollfoundation.org/socialedge
- www.se-alliance.org
- www.schwabfound.org
- www.echoinggreen.org
- <http://faculty.fuqua.duke.edu/centers/case/>
- www.hbs.edu/socialenterprise/
- www.aspeninstitute.org
- www.socialent.org
- www.socialenterprisemagazine.org

Conferințe

- National Gathering for Social Entrepreneurs
- Skoll - Forumul Mondial despre Antreprenoriatul Social

BIBLIOGRAFIE

- Anheier, K.H. (2002), „The Third Sector in Europe: Five Theses”, *Civil Society Working Paper*, 12.
- Armlaug, Leira (1992), *Models of Motherhood: Welfare State Policy and Scandinavian Experiences of Everyday Practices*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Borzaga, C.; Galera, G.; Zandonai, F. (2001), *Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments*, EMES.
- Borzaga, C.; Ianes, A. (2006), *L'economia della solidarietà. Storia e prospettive della cooperazione sociale*, Roma.
- Borzaga, C.; Santuari, A. (1998), *Social Enterprises and New Employment in Europe*, Trento.
- Bugg-Levine, Antony; Kogut, Bruce; Kulatilaka, Nalin (2012), „A New Approach to Funding Social Enterprises”, *Harvard Business Review*, <http://hbr.org/2012/01/a-new-approach-to-funding-social-enterprises/ar/pr>.
- Cace, S. (coordonator) et al. (2010), *Economia socială în Europa*, Editura Expert, Bucureşti.
- Cheng, Paul (2008), *Quasi Equity, Case Study in Using Revenue Participation Agreements. Venturesome*.
- Dees, Gregory (1998), „Enterprising Nonprofits”, *Harvard Business Review*, ianuarie-februarie 1998.
- Defourny, J.; Develtere, P., „The Social Economy: The Worldwide Making of a Third Sector”, în Defourny, J.; Develtere, P.; Fonteneau, B. (1999), *L'économie sociale au Nord et au Sud*, De Boeck.

- Defourny, J.; Nyssens, M. (eds.) (2008), „Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments”, *Working Papers Series*, nr. 08/01, Liège, EMES – Rețeaua Europeană de Cercetare.
- Durviaux, A.; Navez, F. (2006), *Marchés publics et paradigme concurrentiel: Etat du droit*.
- Eme, B.; Gardin, L. (2002), „Les entreprises d'insertion par le travail en France”, *Working Papers Series*, nr. 02/01, Liège, EMES – Rețeaua Europeană de Cercetare.
- Emerson, Jed; Wachowicz, Jay; Chun, Suzi (2001), *Social Return on Investment (SROI): Exploring Aspects of Value Creation*, Școala de Afaceri Harvard, <http://hbswk.hbs.edu/archive/1957.html>.
- Esping-Andersen, Gosta (1990), *The Three Worlds of Welfare Capitalism*, Harvard University Press.
- Ferrara, M. (1996), „The Southern Model of Welfare in Social Europe”, *Jurnalul politicilor sociale europene*, vol. 6.
- Ferrera, M.; Sacchi, S. (2003), *The OMC and National Institutional Capacities: The Italian Experience*, Universitatea din Pavia.
- Fraisse, L. (2001), *Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments*, EMES.
- Galliano, R., ASNM/EURADA, „Social Economy Entrepreneurship and Local Development”.
- Gittell, J.R. (1998), *Building Social Capital*, Sage, Londra.
- Grace, Sprinkler Kay (2005), *Beyond Fundraising: New Strategies for Nonprofit Innovation and Investment*, New York, John Wiley & Sons, Inc.
- Greenfield, M. James (2002), *Fundraising Fundamentals: A Guide to Annual Giving for Professionals and Volunteers*, New York, John Wiley & Sons, Inc.
- Gregoire, O. (2008), *National Profiles of Work Integration Social Enterprises: Belgium*, EMES.
- Harberkern, R. (2003), „Using Vouchers to Deliver Social Services”, *Welfare Information Network*.

- Hulgård, L.; Bisballe, T. (2004), „Work integration social enterprises in Denmark”, *Working Papers Series*, nr. 04/08, Liège, EMES – Rețeaua Europeană de Cercetare.
- Kendall, J. (2000), „The mainstreaming of the third sector into public policy in England in the late 1990s: whys and wherefores”, *Civil Society Working Paper*, 2.
- Klein, Kim (2004), *Fundraising in Times of Crisis*, San Francisco, Jossey Bass.
- Laville, J.; Levesque, B.; Mendell, M. (2005), *The Social Economy. Diverse Approaches and Practices in Europe and Canada*, OECD, Paris.
- Leś, E. (2001), *Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments*, EMES.
- Leś, E.; Jeliazkova, M. (2005), „The Social Economy in Central East and South East Europe”, in *The Social Economy in Central East and South East Europe: Emerging Trends of Social Innovation and Local Development*, Background Report, Trento, OECD.
- Letts, W. Christine; Ryan, William; Grossman, Allen (1997), „Virtuous Capital: What Foundations Can Learn from Venture Capitalists”, *Harvard Business Review*, martie.
- Lewis, Jane (1992), *Women in Britain since 1945*, Blackwell, Londra.
- Li, S.; Wong, T. (2007), *Social Enterprise Policies of the United Kingdom, Spain and Hong Kong*, Secretariatul Consiliului Legislativ, Hong Kong.
- Liveng, A. (2001), *Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments*, EMES.
- Loquet, P. (2006), „Le projet du nouveau code des marchés publics et insertion sociale et professionnelle”, *Réseau*, 21.
- Malliaris, Peter G. (1990), *Introduction to Marketing*, ediția a II-a, Piraeus, Stamoulis.

- Messina, A.; Meneguzzo, M.; Carrera, D. (2007), *Solidarity-Based Economy in Italy. Practices for Local Entrepreneurship and Local Development: The Experience of Rome*.
- Moulaert, Frank; Ailenei, Oana (2005), „Social Economy, Third Sector and Solidarity Relations: A Conceptual Synthesis from History to Present”, *Urban Studies*, vol. 42, nr. 11.
- Nicholls, Alex; Paton, Rob (2009), *Emerging resource flows for social entrepreneurship; theorizing social investment*, Conferința anuală a Academiei Britanice, 15-17 septembrie 2009, Brighton.
- Nicholls, Jeremy; Lawlor, Eilis; Neitzert, Eva; Goodspeed, Tim (2009), *A guide to Social Return Investment Prepared for Cabinet Office*, Marea Britanie, Media Socială.
- Novak, Maria (2010), *Conferința pe tema microfinanțării în Europa*, Bruxelles, 9-10 noiembrie.
- Nowak, M. (2005), *On ne prête pas qu'aux riches: La révolution du microcrédit*.
- Nowak, Maria (1994), *La banquière de l'espoir: celle qui prête aux exclus*.
- Nowak, Maria (2009), *Le microcrédit ou le pari de l'homme*.
- Nowak, Maria (2010), *L'espoir économique (de la microfinance à l'entrepreneuriat social: les ferment d'un monde nouveau)*.
- Nyssens, M. (2001), *Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments*, EMES.
- Palmer, Henry; Mornement, Adam (2005), „From Asking to Earning. Experiences of Trading”, Marea Britanie, *Infrastructura regională pentru întreprinderea socială*.
- Papadakis, Vassilis M. (2007), *Business Strategy: Greek and International Experience*, Volumul A: „Theory” (ediția a V-a), Atena.
- Ronald, R. Jordan; Quynn, L. Kately (2009), *Planned Giving*, New Jersey, John Wiley & Sons Inc.
- Sargeant, Adrian; Shang, Jen et al. (2010), *Fundraising Principles and Practice*, San Francisco, Jossey Bass.

- Shortall, Jessica; Alter, Kim (2009), *Introduction to Understanding and Accessing Social Investment: A brief guide for social entrepreneurs and development practitioners*, Virtue Ventures LLC, <http://www.setoolbelt.org/resources/920>.
- Smallbone, D.; Ram, M.; Deakins, D.; Baldock, R. (2001), „Accessing Finance and Business Support by Ethnic Minority Businesses in the UK”, Paper presented at the conference: *Public Policy and the Institutional Context of Immigrant Businesses*, Liverpool, 22-25 martie.
- Soubliens, C.; Sykes, Stuart; Hum, Dereck (2006), *The Voucher Debate and the Social Economy*, Institutul de Cercetare Politică, Guvernul Canadei.
- Thomas, A. (2004), „The Rise of Social Cooperatives in Italy”, *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, vol. 15, nr. 3.
- Vidal, I. (2005), „Social Enterprise and Social Inclusion: Social Enterprises in the Sphere of Work Integration”, *Jurnalul internațional al administrației publice*.
- Vidal, I.; Claver, N., *The Socio-Economic Performance of Spanish Social Enterprises in the Field of Integration by Work*, CIES.
- Vienney, C. (1982), *Socio-économie des organizations coopératives*, tome 2: „Analyse comparée des coopératives fonctionnant dans des systèmes socio-économiques différents”, Coopérative d’information et d’édition mutualiste, Paris.
- Weinstein, Stanley (2009), *The Complete Guide to Fundraising Management*, New Jersey.
- Zamagni, V. (2000), *Povertà e innovazioni istituzionali in Italia dal Medioevo ad oggi*, Bologna.
- *** Act 4019, 30 September 2011, „Social Economy and Social Entrepreneurship and otherprovisions”, *Monitorul oficial*, prima ediție, p. 216.
- *** ADIE, <http://www.adie.org/microfinance-in-france>.

- *** Banca Angliei (2003), *The Financing of Social Enterprises: A Special Report by the Bank of England*, mai.
- *** DARES (2006), *Première Information et Synthèse, L'insertion par l'activité économique en 2004*, aprilie, nr.15.1.
- *** EMES (1999), *European Network. The Emergence of Social Enterprises in Europe: A short overview*, Bruxelles.
- *** Esmée Fairbairn Foundation (2005), *Street UK. Learning from Community Finance*, <http://www.esmeefairbairn.org.uk>.
- *** *Growth and Business Models, Social Enterprises: Equal Work and Business Opportunities*, Helsinki, 2007.
- *** *Innovation Tools to Finance Innovative SMEs*, Întâlnirea anuală a INSME, 2006.
- *** *JEREMIE*, http://www.eif.org/what_we_do/jeremie/index.htm.
- *** *Local Development and Employment Initiatives, an Investigation in the EU*, 1995.
- *** Morino Institute (2001), *Venture Philanthropy. Landscape and expectations*, Community Wealth Ventures Inc.
- *** PEPSAEE, (2011), *Social Cooperatives Limited (Koi.SPE): Attempt with Athens*, Asociația Panelenică pentru Reabilitarea și Reintegrarea Profesională și Psihosocială.
- *** *Plan de développement de S.A.P.*, Ministère de l'Emploi et de la Cohésion Sociale, 2005.
- *** *Productivité et emploi dans le secteur tertiaire*, Consiliul de Analiză Economică, 2004.
- *** *Public Procurement: A Toolkit for Social Enterprises*, DTI, 2003.
- *** *Service Provision and Social Partnership, Equal Workshop: Social enterprises, equal work and business opportunities*, Helsinki, 2007.
- *** *Stand and Delivery: The Future for Charities Providing Public Services*, Charity Commission, 2007.
- *** *Street UK*, <http://www.street-uk.com/index.php/about-us.html>.
- *** Symbiotics Research & Advisory S.A. (2011), *Swiss Microfinance Investments from Early Growth Stage to Maturity: History, Current*

Developments and New Challenges, Agenția Elvețiană pentru Dezvoltare și Cooperare - SDC.

*** *The Future Role of the Third Sector in Social and Economic Regeneration: Final Report*, HM Treasury, Cabinet Office.

*** *The Social Economy in the Europe Union* (2007), CIRIEC, Bruxelles, Comisia Economică și Socială Europeană.