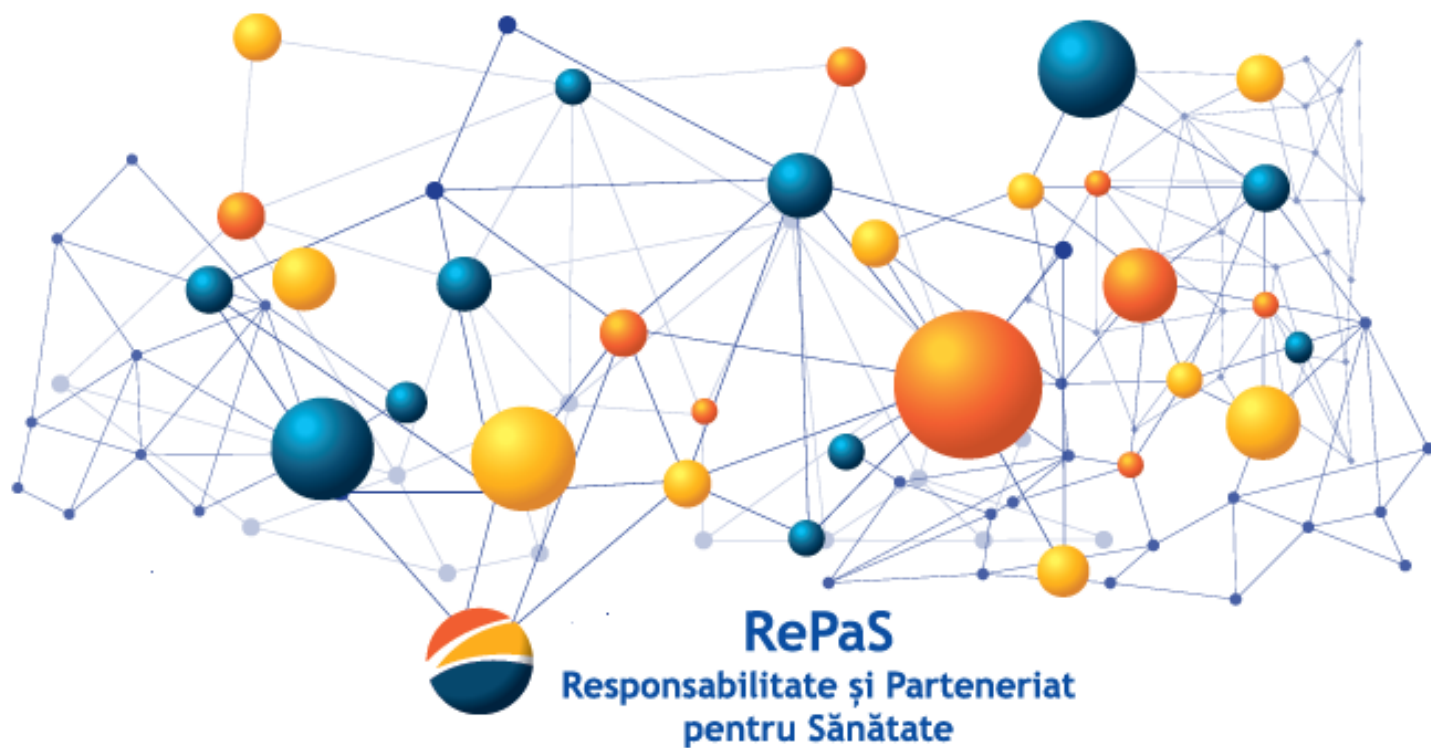




ADVOCACY ÎN SĂNĂTATE

ADVOCACY ÎN SĂNĂTATE. MANUAL DE TRAINING.

Elaborat de: Luciana Lăzărescu

Expert cercetare și politici publice

Cuprins

Introducere	3
Metodologie de training	3
Secțiunea 1. Rețele de advocacy.....	4
1.1. Networking.....	4
1.2. Advocacy în sănătate	4
1.3. Rețele de advocacy	5
Secțiunea 2. Comunicarea	7
2.1. Comunicare asertivă și ascultare activă	7
2.2. Succesul în rețelele de advocacy	8
2.3. Dezvoltarea echipei.....	8
2.4. Luarea deciziei în grup – consensul	9
Secțiunea 3. Stabilirea scopului comun	9
Secțiunea 4. Managementul rețelei.....	11
Secțiunea 5. Evaluarea climatului politic	13
5.1. Documente de politici publice	13
5.2. Ciclul de formulare a politicii publice:.....	14
5.3. Procedura legislativă.....	15
5.4. Participarea ONGurilor în procesul decizional	19
Secțiunea 6. Prioritizarea problemelor	21
Secțiunea 7. Strategia de advocacy	23
7.1. Ce este advocacy-ul?.....	23
7.2. Etape în procesul de advocacy.....	24
Secțiunea 8. Campania de advocacy.....	27
8.1. Identificarea problemei, stabilirea scopului și obiectivelor	28
8.2. Audiența țintă: suporterii și opozanții	30
8.3. Mesajele: informarea, persuasiunea și îndemnul la acțiune	32
8.4. Elaborarea mesajului de advocacy.....	35
8.5. Transmiterea mesajului	35
Secțiunea 9. Colectarea datelor	36
9.1. Evaluarea nevoilor	36
9.2. Culegerea datelor prin metode cantitative și calitative.....	37

9.3. Analiza datelor secundare.....	39
Secțiunea 10. Strângerea de fonduri	40
Secțiunea 11. Implementarea campaniei. Elaborarea planului de acțiune	41
Secțiunea 12. Monitorizare și evaluare	43
Secțiunea 13. Studii de caz.....	45
13.1. Programul de asistență nutrițională suplimentară (The supplemental nutrition assistance program – SNAP) – SUA	45
13.2. Adoptarea legislației privind interzicerea fumatului în spațiile publice în România. Campanie a Coaliției România Respiră, actualmente Coaliția 2035 Fără Tutun.....	47
Bibliografie	51
ANEXE.....	52
ANEXA 1 – LISTĂ DE VERIFICARE PENTRU ACTIVITĂȚILE CAMPANIEI.....	52
ANEXA 2. PROPUNEREA DE POLITICĂ PUBLICĂ – definiție și structură	53
ANEXA 3. LEGISLAȚIE RELEVANTĂ.....	56

Introducere

Acest manual de training își propune să răspundă nevoilor organizațiilor neguvernamentale din domeniul sănătății de a participa la procesul decizional la diverse niveluri și de a folosi în mod sistematic și consecvent instrumentele legale pentru a influența decizia politică în sensul îmbunătățirii calității vieții beneficiarilor și comunităților în care lucrează. Apoi, acest manual este o pledoarie pentru munca în echipă, pentru profesionalizarea angajaților ONGurilor și pentru abordarea activităților de advocacy în mod unitar și strategic, astfel încât să maximizeze șansele de succes.

Metodologie de training

Manualul reflectă următoarele principii ale învățării la adulți:

- Este participativ
- Este experiențial (participanții și trainerul învață unii de la alții)
- Oferă timp pentru reflecție & feedback
- Trainerul este un facilitator în grup

Tehnici folosite:

- Prezentări PPT
- Filme/imagini
- Studii de caz
- Discuții în grupuri mici
- Joc de rol

Secțiunea 1. Rețele de advocacy

Obiective de învățare: la sfârșitul secțiunii participanții vor fi capabili să:

- Identifice beneficiile rețelelor
- Identifice rețele în viața lor profesională
- Identifice elementele care asigură succesul unei rețele
- Definească termenul advocacy

Timp alocat: 1 h

Materiale necesare: hârtie flipchart, markere, laptop, videoproiector, handouts-uri.

1.1. Networking

Networkingul (lucrul în rețele) constă în contactarea și menținerea legăturilor cu organizații și indivizi care împărtășesc un scop comun și sunt de acord să lucreze împreună pentru atingerea acelui scop.

Rețelele sunt grupuri de indivizi și/sau organizații care împărtășesc un scop comun/interese comune. Oricine face parte dintr-o rețea, profesională sau privată (religioasă, familială, de prieteni și cunoștințe), formală sau informală.

1.2. Advocacy în sănătate

În ultimă instanță, scopul activităților de advocacy este schimbarea – în modul de adoptare a deciziei politice sau felul în care serviciile de sănătate sunt acordate de diverși furnizori – astfel încât să susțină alegerea comunității. În plus, rolul activităților de advocacy este de a educa publicul și de a schimba opinia acestuia față de anumite probleme de sănătate.

Pentru a schimba politicile coexistența a patru factori este decisivă: 1. Existența unei probleme bine definite și cunoscute de o masă critică de oameni; 2. Existența unei politici relevante pentru problema în cauză; 3. Mediul politic receptiv la problemă; 4. Parteneriatele. (Lustig, 2012)

Advocacy în sănătate – este un set de acțiuni orientate spre rezolvarea unei probleme de sănătate, care țintește factori de decizie de la diverse niveluri (The Futures Group International, 1999). În sens mai larg, este efortul de a schimba politicile de sănătate în scopul îmbunătățirii sănătății populației sau a unor grupuri populaționale (Mattson & Lam, 2016:10).

Procesul de advocacy cuprinde 3 elemente esențiale: formarea rețelelor, identificarea oportunităților politice, organizarea campaniilor.

Exercițiu sugerat:

1. Definirea activității de advocacy. Grupul de participanți este împărțit în 2 grupuri mai mici. Fiecărui grup i se dă o foaie de flipchart pe care este scris ADVOCACY și markere. Fiecare grup va scrie pe flipchart elementele care le vin participanților în minte atunci când se gândesc la advocacy, fără o filtrare critică a acestora (brainstorming). Celor 2 grupuri li se va cere apoi să formuleze din lista de cuvinte câte o definiție coerentă pentru advocacy. La final se vor discuta definițiile rezultate în cele două grupuri, similitudinile și diferențele între acestea. Atunci când grupul a ajuns la un relativ acord, se va proiecta următoarea

definiție pentru *Advocacy* – set de acțiuni orientate spre schimbarea unei politici care țintește factorii de decizie. Timp alocat: 30 min.

1.3. Rețele de advocacy

Rețelele (sau coalitiile, alianțele) de advocacy sunt grupuri de organizații și indivizi care lucrează împreună pentru schimbarea unei politici, legi sau program pe o problemă specifică.

Rețelele oferă structurile prin care organizațiile și indivizii implicați împărtășesc un scop comun. Sunt eficiente pentru că oferă mediul propice pentru colaborare și punerea în comun a expertizei și resurselor în scopul influențării politicilor. Competențele membrilor trebuie să includă sănătatea, comunicarea și advocacy-ul. De asemenea, din echipă trebuie să facă parte reprezentanți ai comunității afectate de problemă (ex. obezitate, fumat, alcool etc.) și pacienți (în cazul problemelor legate de diverse patologii).

Pentru a avea succes, membrii rețelelor de advocacy trebuie să-și dezvolte deprinderi specifice, de a argumenta, comunica și relaționa cu factorii de decizie de la toate nivelurile.

Rețelele de advocacy eficiente au o identitate (și un nume), obiective clare, proceduri de lucru, sisteme de comunicare stabilite și roluri bine definite ale membrilor. Ele folosesc la maximum expertiza și resursele pe care aceștia le aduc în rețea.

Elemente necesare pentru formarea unei rețele:	Elemente necesare pentru menținerea rețelei:
• Scop clar definit/misiune • Angajamentul membrilor care împărtășesc același scop (participare, colaborare) • Viziune comună	• Reguli clare • Organizare flexibilă • Definirea rolurilor • Inventarul expertizei (competențelor) și resurselor • Sistem de comunicare agreat (e-mail, telefon) • Bază de date cu contactele membrilor și ale potențialilor membri • Leadership participativ (coordonare prin rotație) • Decizii participative • Păstrarea motivației/implicării membrilor prin recunoașterea contribuției

Problemele pe care rețelele de advocacy vor lucra depind de contextul politic local, de oportunitățile de schimbare existente și de interesele membrilor.

Rețelele își pot fixa obiective variate, de la modificarea politicilor naționale, a legislației, până la alocarea de fonduri pentru programe/proiecte specifice și elaborarea unor metodologii/ghiduri de aplicare a unor politici și măsuri.

Beneficiile rețelelor:

- Schimbul de informații
- Sprijin pentru acțiunile proprii
- Punerea în comun a resurselor & accesul la resursele membrilor
- Atingerea unor obiective care ar fi fost imposibil de atins în mod individual
- Vizibilitate

Exerciții sugerate:

2. **Definirea rețelei de advocacy.** Grupul de participanți este împărțit în 2 grupuri mai mici. Fiecărui grup i se dă o foaie de flipchart pe care este scris REȚEA DE ADVOCACY, markere și un set de post-ituri. Fiecare participant va scrie pe post-it un cuvânt cheie pentru definirea rețelei și îl va lipi pe foaia de flipchart. La final se vor discuta definițiile rețelei în cele două grupuri (similarități, diferențe) și se va ajunge la un acord asupra unei definiții comune. Pe ecran va fi proiectată următoarea definiție: **Rețeaua (coalitia, alianța) de advocacy = grup de organizații și indivizi care lucrează împreună pentru schimbarea unei politici, legi sau program pe o problemă specifică.** Timp alocat: 15 min.

3. **Identificarea rețelei personale în sănătate.** Fiecare participant primește o foaie și un marker și este rugat să deseneze în mijloc un cerc în care să-și treacă inițialele. Apoi li se cere să se gândească la persoanele și organizațiile preocupate de sănătate pe care le-au cunoscut/cu care au legături pe care le vor trece în pătrate conectate cu cercul prin săgeți. Pot fi persoane întâlnite la conferințe, traininguri, oficiali din sănătate, organizații identificate pe internet, jurnaliști care publică pe subiecte de sănătate etc. La final se analizează rețelele, suprapunând parțial foile participanților. Se identifică organizațiile și indivizii care apar în mai multe rețele și se subliniază cu o culoare. Apoi se identifică numele participanților care apar în rețelele altor participanți și se subliniază cu altă culoare. Se discută despre extinderea rețelelor personale prin implicarea fiecărui participant și a rețelei lui în rețelele celorlalți. Trainingul este și o modalitate de extindere a rețelelor. Se unesc cercurile din centrul foilor între ele ca să figureze prin desen extinderea rețelelor. Timp alocat: 45 min.

4. **Beneficiile rețelelor.** Pe o foaie de flipchart participanții sunt rugați să scrie care ar fi câștigul pentru fiecare prin apartenența la o rețea. Se discută ulterior beneficiile în grupul mare. Timp alocat: 15 minute.

Secțiunea 2. Comunicarea

Obiectiv de învățare: la finalul acestei secțiuni participanții vor putea identifica și demonstra abilități de comunicare eficientă.

Timp alocat: 1 h 30 min.

Materiale: coli, hârtie flipchart, markere, handouts, videoproiector.

Majoritatea dintre noi ne gândim că putem obține mai ușor ceva dacă vorbim mult despre acel lucru. Persoanele care însă chiar obțin ce vor petrec mai mult timp ascultând decât vorbind. Ascultând și punând întrebări, pentru a afla mai mult. Într-o rețea, membrii trebuie să se asigure că ceilalți interlocutori înțeleg mesajul și sunt capabili să îi interpreteze adecvat sensul. La modul ideal, membrii unei rețele ar trebui să comunice deschis și să-și exprime sentimentele și gândurile față de ceilalți. Atunci când apar dezacorduri și conflicte, acestea sunt discutate și rezolvate. Îmbunătățirea abilităților de comunicare ale membrilor rețelei și strădania de a-i asculta pe ceilalți se învață și ar trebui să fie unul dintre obiectivele comune, dar nu este ușor de făcut. De capacitatea acestora de a comunica clar și eficient depinde succesul activităților de advocacy.

În comunicare există întotdeauna un emițător și un receptor. Dar mesajul poate fi distorsionat de diverși factori, astfel că mesajul recepționat nu este cel pe care emițătorul avea intenția să-l transmită. Care sunt acești factori? Credințele, atitudinea, cunoștințele afectează atât mesajul trimis de emițător cât și cel recepțat. Apoi starea fizică a emițătorului, presiunea timpului, cuvintele alese, tonul vocii sunt factori care distorsionează mesajul transmis. Din partea receptorului, interesul pentru subiect și sentimentele față de emițător, timpul avut la dispoziție, starea fizică sunt factori de distorsiune. Pentru minimizarea distorsiunilor, există câteva strategii: comunicarea folosind cuvinte simple și fraze scurte, întrebările de clarificare, parafrizarea, folosirea unor canale multiple de comunicare.

Exerciții sugerate:

5. Comunicarea eficientă (joc de rol – o situație de comunicare ineficientă și o situație de comunicare eficientă). Facilitatorul + 2 participanți, câte unul pentru fiecare situație. Instrucțiuni: pentru comunicarea ineficientă ambii interlocutori demonstrează abilități reduse de ascultare și comunicare: ton ridicat al vocii, defensiv, întreruperea interlocutorului, limbaj non-verbal sărac (inexpresivitate), lipsa contactului vizual, lipsă de claritate în exprimare. Pentru comunicarea eficientă, ambii interlocutori vor menține contactul vizual, vor pune întrebări de clarificare, nu vor întrerupe interlocutorul, vor păstra un ton calm și binevoitor, vor încuraja pe celălalt să vorbească prin limbajul non-verbal. Participanții sunt rugați să observe cu atenție comportamentul protagoniștilor iar la sfârșit vor expune observațiile în grup. Ce a erodat încrederea între cei doi? Ce anume a ameliorat comunicarea? Timp alocat: 30 min.

2.1. Comunicare asertivă și ascultare activă

Comunicare asertivă

- Folosirea de propoziții scurte, clare
- Folosirea întrebărilor atunci când sensul nu este clar
- Menținerea contactului vizual cu interlocutorul

- Relatarea obiectivă a faptelor și evenimentelor (fără exagerări)
- Folosirea expresiilor ca *eu cred, după părerea mea* etc. – asumarea responsabilității în comunicare

Ascultare activă:

- Reacții pozitive nonverbale, cu rol de a încuraja vorbitorul (zâmbet, gesturi de aprobare) și a arăta că este ascultat
- Parafrizarea vorbitorului, pentru a verifica înțelegerea mesajului transmis
- Folosirea întrebărilor de clarificare
- Formularea întrebărilor astfel încât să permită răspunsuri deschise

2.2. Succesul în rețelele de advocacy

Rețelele eficiente de advocacy funcționează ca echipe în care sentimentul de apartenență la o cauză comună, comunicarea deschisă, împărtășirea experiențelor, complementaritatea competențelor, recunoașterea meritelor, cooperarea și învățarea din greșeli sunt factori de succes.

Exercițiu sugerat:

6. Rezolvarea de probleme prin cooperare în echipă. Jocul pătratelor incomplete. Se împart participanții în echipe de câte 5 membri. Fiecărei echipe i se va desemna un observator. Se vor lua 3 seturi de 15 figuri Broken squares (vezi Lista exercițiilor din pachetul de training pentru figuri) și se vor împărți aleatoriu în fiecare dintre grupuri. Fiecare membru va primi câte 3 figuri. Sarcina pentru fiecare membru al grupului este de a forma pătrate de mărime egală, câte unul în fața fiecărui participant.

Regulile jocului:

- Nu se vorbește
- Nu se fac semne colegului
- Membrii grupului pot să schimbe/să dea/să primească figuri de la ceilalți din grup
- Observatorii vor veghea ca regulile să fie respectate

Analiza jocului: Cine a dat primul figura? A dat cineva toate figurile? A completat cineva pătratul și apoi s-a retras din joc? Au fost încălcate regulile? A fost cineva care nu a dat nicio figură? A fost observat un moment în care membrii grupului au început să coopereze?

Se explică scopul exercițiului. Ce se întâmplă dacă cineva termină și nu se mai preocupă de sarcina echipei? Ce se întâmplă dacă se ignoră ce are celălalt de făcut? Timp alocat: 30 minute

2.3. Dezvoltarea echipei

Fazele dezvoltării echipei: formare (distracție mai multă, mai puțină muncă, lucrurile nu sunt luate în serios, se încearcă stabilirea unor reguli), furtuna (apar confruntările, furia, membrii realizează că e mai greu decât și-au imaginat, se îndoiesc de succes), normarea (regulile sunt stabilite, conflictele apar mai greu, se lucrează, membrii acceptă rolurile și responsabilitățile, cooperează), performanța (echipă coezivă și eficientă, se lucrează la rezolvarea problemelor, se dezvoltă atașamente între membri).

2.4. Luarea deciziei în grup – consensul

De multe ori membrii unei rețele de advocacy sunt puși să aleagă spre ce probleme de advocacy își vor orienta eforturile. Unele sunt foarte puțin populare sau chiar controversate. Unele subiecte sunt în egală măsură importante pentru membrii rețelei. Alteori, decizii referitoare la rolurile membrilor și abordarea problemei trebuie luate. Alegerile se vor face ținând cont de oportunități, contextul politic, social și economic și resursele disponibile. Pentru a lua decizia cea mai bună, membrii rețelei au nevoie de:

- pregătire,
- acces la informații,
- impunerea unor obiective și limite,
- distanțare afectivă de subiectul în discuție,
- ascultare activă și capacitate de exprimare clară și concisă.

Elemente esențiale pentru obținerea acordului membrilor rețelei:

- Fiecare membru care vrea să-și exprime poziția este ascultat și se ține cont de părerea lui/ei.
- Dezbateți subiectul până când se ajunge la un acord al tuturor membrilor.
- Fiți conștienți că acordul nu înseamnă angajament 100% din partea tuturor.
- Încurajați mai degrabă exprimarea îngrijorărilor și a opiniilor contrare decât obținerea acordului cu orice preț.
- Asigurați-vă că înainte de a lua o decizie toți membrii rețelei și-au exprimat opinia.

Pași în luarea deciziei:

- Definirea procesului de luare a deciziei (cum?)
- Definirea problemei (ce?)
- Identificarea de soluții alternative
- Evaluarea soluțiilor alternative
- Alegerea celei mai bune soluții
- Aplicarea și monitorizarea acesteia

Secțiunea 3. Stabilirea scopului comun

Obiective de învățare: la finalul acestei secțiuni participanții vor fi capabili să definească și să formuleze misiunea rețelei.

Timp alocat: 1 h

Materiale: coli, markere, bandă adezivă, handouts

Scopul unei rețele este esențial pentru că ajută la recrutarea și motivarea membrilor și canalizează eforturile acestora în direcția dorită. În plus, este un element de bază pentru crearea identității rețelei, alături de nume și, eventual, logo. Scopul arată ceea ce rețeaua speră să obțină.

În general, scopul este formulat prin misiune.

Misiunea este o declarație a scopului organizației.

Exercițiu sugerat:

7. **Definirea misiunii.** Participanții sunt împărțiți în grupuri de câte 5. Fiecărui grup i se distribuie o coală și markere. Sunt rugați să discute timp de 10 minute și să noteze ce este misiunea unei organizații. La sfârșit colile se lipesc și definițiile sunt discutate în grupul mare, până când se ajunge la un consens asupra unei definiții. Se afișează și definiția din modulul de training.

Misiunea unei organizații/rețele trebuie să fie:

- Scurtă
- Clară și concisă
- Reprezentativă pentru identitatea organizației/rețelei
- Motivațională

Ghid pentru redactarea misiunii.

Misiunea trebuie să răspundă următoarelor întrebări:

- Cine suntem?
- Care sunt nevoile pe care vrem să le acoperim?
- Care este grupul nostru țintă?
- Ce facem ca să răspundem acestor nevoi?
- Care sunt valorile și cultura noastră?
- Ce ne deosebește de ceilalți?

Exemple de misiuni:

Lucrăm pentru a sprijini dreptul fundamental și recunoscut internațional al tuturor femeilor și bărbaților de a avea acces la cunoștințe și mijloace care să-i ajute în deciziile pe care le iau în privința reproducerii.

Să capacităm femeile de la toate nivelurile societății să devină parteneri pentru dezvoltare. (CEDPA)

Să sprijinim constituirea mișcărilor pentru sănătatea femeii la nivel național și internațional. (International Women's Health Coalition)

Sursa: Networking for policy change: an advocacy training manual, 1999

Exercițiu sugerat:

8. **Misiunea rețelei.** Se împarte grupul în grupuri de câte 5 persoane, cărora li se distribuie câte o coală și markere. Fiecare grup este rugat să se gândească și să formuleze pe hartie misiunea rețelei cu care se identifică la acest training. Colile vor fi afișate și conținutul acestora discutat în grupul mare. Se vor identifica elementele cu care participanții nu sunt de acord, precum și cele cu care sunt de acord. Se va lua cea mai potrivită misiune în opinia grupului și se va adapta până când se ajunge la o formă acceptată de toți participanții.

Secțiunea 4. Managementul rețelei

Obiective de învățare: la finalul acestei secțiuni, participanții vor fi capabili să: identifice resursele pe care ei și organizațiile cărora le sunt afiliați le aduc în rețea; identifice problemele operaționale legate de organizarea și structura a rețelei; identifice soluții la aceste probleme.

Timp alocat: 1 h

Materiale: coli, markere, bandă adezivă, flipchart, handouts.

Este important ca membrii rețelei să stabilească de la început modul de administrare a acesteia:

- Cum vor avea loc întâlnirile? Va exista o programare prealabilă? Cum vor fi eficientizate întâlnirile? Pentru ca întâlnirile să fie productive, acestea vor fi pe cât posibil scurte, se va numi un facilitator, va fi stabilită agenda în prealabil, va fi făcută minuta, vor fi trase concluziile și se va stabili data următoarei întâlniri și, eventual, agenda.
- Care vor fi rolurile membrilor în rețea, în funcție de cunoștințele și expertiza pe care o dețin? Cum se va lucra efectiv? Vor fi stabilite grupuri tematice?
- Cum va fi asigurată coordonarea rețelei?
- Cum va fi asigurată comunicarea între membrii rețelei? Ce resurse sunt disponibile pentru a asigura comunicarea și legătura între aceștia?

Managementul rețelei necesită timp, dar pentru a evita neînțelegeri mai târziu, confuzii de rol și frustrări, toți membrii trebuie să aloce timp la început pentru stabilirea unor reguli. Ele pot fi îmbunătățite pe parcurs, dar o structură care să organizeze munca este necesară.

Exerciții sugerate:

9. Inventarul resurselor. Participanții vor lucra individual sau în grupuri mici. Li se va cere să completeze inventarul resurselor pe care atât ei, personal, cât și organizația căreia îi aparțin le aduc în rețea. În situația în care mai mulți angajați/voluntari ai aceleiași organizații participă la training, ei vor completa inventarul resurselor organizaționale împreună. Dacă s-a lucrat individual, unul dintre participanți va fi rugat să compileze atât resursele organizaționale cât și cele personale în două documente care vor fi prezentate grupului mare. Dacă s-a lucrat în grupuri, vor fi afisate tabelele. Fiecare resursă va fi citită și se va stabili dacă este disponibilă, cine o deține și dacă este necesară. În cazul în care se decide că este necesară, dar nedisponibilă, grupul va identifica cum poate fi obținută și de unde (resursele pot fi cumpărate, dacă sunt bani). De asemenea, se va stabili dacă este nevoie ca alte resurse să fie adăugate listei. Se vor obține liste finale, cu resursele și sursele care vor fi arhivate în Caietul de Resurse al Rețelei.

Inventarul resurselor organizației/membrilor

Nr crt	computer	imprimantă	scanner	internet	website	e-mail	copiator	birou	sală întâlniri	listă a membrilor
1.										
2.										

Inventarul deprinderilor membrilor

N r c r t	administ rare bază date	cercet are	traini ng	proces are word	manage ment financiar	expert iză juridic ă	anali ză de polit ici	fundrais ing	med ia	prezent are publică	grafică/de sign	limbi străi ne
1												
2												

10. **Identificarea potențialelor probleme de funcționare a rețelei.** În grupul mare li se va cere participanților să identifice care ar fi problemele care ar putea împiedica buna funcționare a rețelei. Acestea vor fi trecute pe flipchart. Ele pot fi grupate în 2 categorii: de structură și de comunicare. În continuare, problemele vor fi citite în grupul mare și se va stabili dacă țin de structură (în care caz vor fi marcate cu S) sau de comunicare (caz în care vor fi marcate cu C). Participanții vor fi împărțiți în 2 grupuri aproximativ egale. Unul va lucra pe structură și celălalt pe comunicare. Vor fi identificate modalități de soluționare a problemelor listate în prima etapă a exercițiului. Nu toate problemele au o soluție în acest stadiu. Poate fi necesară prezența altor membri, cu altă expertiză, dar poate fi schițat oricum un plan de rezolvare.

Listă ajutoare:

- Identificarea organizațiilor și indivizilor care pot furniza resursele necesare
- Programarea și organizarea întâlnirilor rețelei
- Atragerea de noi membri
- Comunicarea – cum se menține legătura cu membrii rețelei
- Cine este responsabil de coordonare, comunicare, alocarea sarcinilor etc.
- Planificarea strategică
- Responsabilitățile înregistrării documentelor, întâlnirilor etc.
- Responsabilitatea financiară – bugetare, contabilitate, finanțare etc.

Secțiunea 5. Evaluarea climatului politic

Obiective de învățare: la finalul acestei secțiuni participanții vor relua lucrul cu noțiuni din modulul de politici publice

Timp alocat: 2 h

Materiale: prezentare, handouts, flipchart.

Formularea politicii – este un plan sau proces etapizat la nivel înalt prin care sunt urmărite obiectivele generale și procedurile acceptate la nivel guvernamental. Este un proces politic. (Advocacy manual, 1999:85)

Evaluarea contextului politic este esențială pentru că arată ce anume poate fi atins, realist vorbind, la nivel politic. Decizia politică implică multiple surse de informații, relații de putere, aranjamente instituționale care se schimbă. Unele probleme sunt dictate de fapte și analize, altele sunt alese prin vot sau delegare a unei persoane cu autoritate. În ambele situații decizia politică implică o doză semnificativă de incertitudine. Politicile pot fi instrumente de promovare a accesului la servicii, sau de refuz sau condiționare a acestuia pentru anumite categorii de populație (ex. accesul la servicii de sănătate pentru persoanele neasigurate). Din acest motiv este important să evaluăm impactul politicilor propuse din perspectiva echității.

Orice acțiune direcționată spre schimbarea politicilor începe cu cercetarea. Este esențial să determinăm factorii care influențează deciziile politice, astfel încât să putem elabora strategii eficiente de influențare a acestora.

Decizia politică este adoptată diferit în diverse țări. În statele cu un nivel ridicat de centralizare, cum este România, decizia politică este dictată de considerente economice și interese personale mai degrabă decât de binele public. Oricum ar fi, instituțiile societății civile – familia, comunitatea, ONGurile, instituțiile religioase – au un rol din ce în ce mai important în adoptarea deciziilor politice și trebuie să conștientizeze că au acest rol. Guvernul român este reticent în a angaja consultări publice pe anumite probleme pentru că: 1. ar complica procesul politic, 2. nu are mecanismele necesare participării cetățenilor, 3. nu are încredere în societatea civilă. Procesul politic poate fi influențat fie la nivel central sau la nivel local (prefecturi). Uneori este ținut nivelul operațional, unde sunt stabilite metodologii și ghiduri de implementare a unor servicii, precum și alocarea bugetelor. Pentru a influența politicile, orice rețea trebuie să înțeleagă regulile și procedurile formale de adoptare a deciziilor politice.

Această înțelegere trebuie să includă: documentele de politici publice existente, cum sunt identificate problemele, cum sunt formulate și aplicate politicile, care sunt instituțiile și indivizii implicați, care sunt rolurile, relațiile și relațiile de putere între indivizii și instituțiile implicate și cum, când și unde trebuie acționat pentru a obține maximul de beneficii.

5.1. Documente de politici publice

Documente de politici publice:

- Strategia
- Propunerea de politică publică

- Planul (atât pentru strategie, cât și pentru propunerea de politică)

Definiții:

Strategia – “document de politici publice pe termen mediu și lung care definește politica Guvernului cu privire la un anumit domeniu de politici publice în care se impune luarea unor decizii privind o gamă largă de aspecte. Strategia este elaborată în vederea formulării unei noi politici publice în domeniul respectiv, precum și în cazul în care politicile publice actuale necesită o îmbunătățire semnificativă.” Fiind proiectată pe termen mediu și lung, strategia are un nivel mai mare de generalitate comparativ cu celelalte documente de politici publice.

Propunerea de politică publică – “document de politici publice destinat rezolvării unor probleme de politici publice specifice în cazul în care există mai multe variante posibile de rezolvare sau dacă este necesar un acord conceptual privind fondul reglementării normative. O propunere de politici publice poate genera unul sau mai multe acte normative.”

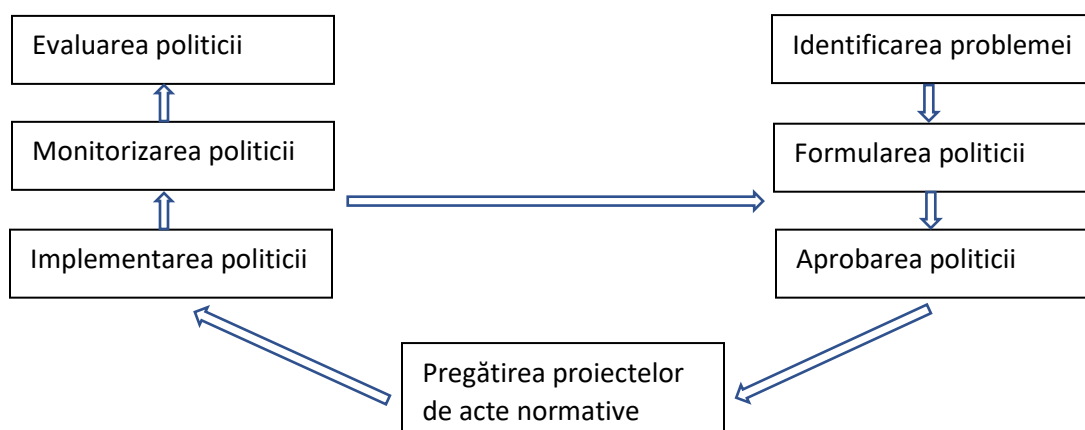
Planul – “document menit să asigure implementarea politicilor. Planul poate fi pe termen mediu sau pe termen scurt în funcție de scopul politicii și de perioada implementării acesteia. Planul pe termen mediu presupune un grad mai mare de generalitate în comparație cu cel pe termen scurt. Planul poate fi întocmit numai după ce strategia sau propunerea de politici publice a cărei implementare o detaliază a fost adoptată.”

Sursa: <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliuDocument/73768>

Aplicarea politicilor se face în general prin emiterea de acte normative. Pentru a transpune o politică într-un act normativ este nevoie de:

- Expunere de motive (proiecte de legi și propuneri legislative)
sau
- Notă de fundamentare (ordonanțe și hotărâri de guvern)
- Referate de aprobare (celelalte acte normative)
- Memorandum în cazul deciziilor care sunt legate de tratate internaționale

5.2. Ciclul de formulare a politicii publice:



Deși formularea politicilor publice poate fi inițiată de diverși actori instituționali, ministerele sunt cele care au responsabilitatea elaborării de politici publice și a redactării actelor normative. În cazul politicilor intersectoriale este de obicei numit un minister de linie responsabil cu stabilirea grupului de lucru, elaborarea, consultarea și înaintarea documentului de politici publice sau a proiectului de act normativ (Strategie din 28 iunie 2006 pentru îmbunătățirea sistemului de elaborare, coordonare și planificare a politicilor publice la nivelul administrației publice centrale <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/73768>).

5.3. Procedura legislativă

Procedura legislativă cuprinde următoarele etape: inițiativa legislativă, sesizarea Camerelor; examinarea și avizarea proiectului de lege sau a propunerii legislative de către comisiile parlamentare; includerea proiectului de lege sau a propunerii legislative pe ordinea de zi a ședințelor Camerelor; votarea proiectului de lege sau a propunerii legislative în plenul fiecărei Camere; semnarea legii de către președinții Camerelor; promulgarea și publicarea legii; aprobarea legii prin [referendum](https://legeaz.net/dictionar-juridic/procedura-legislativa-in-romania) (dacă este cazul) (<https://legeaz.net/dictionar-juridic/procedura-legislativa-in-romania>)

1. Inițiativa legislativă aparține Guvernului, deputaților, senatorilor sau cetățenilor (cu condiția să fie cel puțin 100.000 de persoane cu drept de vot).

Inițiativele legislative ale Guvernului se numesc proiecte de lege și se trimit spre adoptare Camerei competente.

Inițiativele legislative ale deputaților, senatorilor și cetățenilor se numesc propuneri legislative. Deputații și senatorii pot face o propunere legislativă fie individual, fie prin grupul parlamentar căruia îi aparțin.

Propunerile legislative se supun întâi dezbaterii Camerei competente să le adopte, ca primă cameră sesizată.

2. Avizarea proiectului de lege sau a propunerii legislative de către Consiliul Legislativ, organ consultativ de specialitate al Parlamentului, care avizează proiectele de acte normative în vederea sistematizării, unificării și coordonării întregii legislații.

Proiectele de lege și propunerile legislative se supun spre dezbateră Parlamentului cu avizul Consiliului Legislativ.

Propunerile legislative și proiectele de lege sunt supuse avizării Consiliului Economic și Social, organism cu rol consultativ în stabilirea politicii economice și sociale a țării. Domeniile de competență ale Consiliului Economic și Social sunt: politicile economice, politicile financiare și fiscale, relațiile de muncă, protecția socială și politicile salariale, politicile în domeniul sănătății, educația, cercetarea și cultura.

Proiectele de lege al căror inițiator este Guvernul și care vin însoțite de toate avizele necesare, cerute potrivit legii, sunt înregistrate în ordinea primirii lor, potrivit dispozițiilor regulamentelor fiecărei Camere, biroul permanent al fiecărei Camere analizând dacă este competent Senatul sau Camera Deputaților să dezbată, ca primă Cameră sesizată, proiectul de lege respectiv.

Propunerile legislative sunt supuse aceleiași proceduri de verificare a competenței, după care sunt transmise, mai întâi, Consiliului Legislativ, Consiliului Economic și Social și altor organisme sau instituții, în vederea avizării. De asemenea, în măsura în care propunerea legislativă implică modificarea prevederilor bugetului de stat sau a bugetului asigurărilor sociale de stat, aceasta se transmite și Guvernului, în vederea formulării unui punct de vedere. După ce sunt transmise avizele de către autoritățile și instituțiile menționate, propunerile legislative sunt transmise, de către biroul permanent, comisiilor permanente, în vederea avizării.

Proiectele ce fac obiectul inițiativei legislative a cetățenilor se înaintează spre avizare Consiliului Legislativ de către unul dintre membrii comitetului de inițiativă, iar avizul, împreună cu propunerea legislativă, se publică în Monitorul Oficial al României, Partea I.

3. Sesizarea Camerelor

Cele două Camere ale Parlamentului, respectiv Senatul și Camera Deputaților au competențe diferite.

Senatul, ca primă Cameră sesizată, decide în următoarele situații:

- Proiecte de lege și propuneri legislative la nivel de legi ordinare
- Proiectele de legi organice privind: teritoriul; cetățenia; simboluri naționale; egalitatea în drepturi; dreptul de proprietate privată; jurământul deputaților și senatorilor; sistemul electoral, organizarea și funcționarea Autorității Electorale Permanente; organizarea, funcționarea și finanțarea partidelor politice; organizarea și desfășurarea referendumului; infracțiunile, pedepsele și regimul executării acestora; acordarea amnistiei sau a grațierii colective; statutul funcționarilor publici; regimul juridic general al proprietății și al moștenirii; regimul general privind raporturile de muncă, sindicatele, patronatele și protecția socială; statutul minorităților naționale din România; regimul general al cultelor; Președintele României - prelungirea mandatului; proprietatea; Consiliul Economic și Social etc ..

Camera Deputaților decide în toate situațiile care nu țin de competența Senatului și anume:

- proiectele de legi și propunerile legislative pentru ratificarea tratatelor sau a altor acorduri internaționale și a măsurilor legislative ce rezultă din aplicarea acestor tratate sau acorduri;
- proiectele legilor organice legate de: organizarea și funcționarea posturilor publice de radio și televiziune și controlul parlamentar al acestora; dreptul de asociere, respectiv incompatibilitatea cu calitatea de membru al partidelor politice a unor categorii socio-profesionale; condițiile privind îndeplinirea îndatoririlor militare de către cetățenii români; organizarea și funcționarea instituției Avocatului Poporului; organizarea Guvernului și a Consiliului Suprem de Apărare a țării; contenciosul administrativ; organizarea și funcționarea Consiliului Superior al Magistraturii, a instanțelor judecătorești, a Ministerului Public și a Curții de Conturi; organizarea generală a învățământului; organizarea administrației publice locale, a teritoriului, precum și regimul general privind autonomia locală; înființarea, organizarea și funcționarea Consiliului Legislativ; structura Guvernului; incompatibilitățile cu funcția de membru al Guvernului; înființarea de autorități administrative autonome; structura sistemului național de apărare, pregătirea populației, a economiei și a teritoriului pentru apărare, statutul cadrelor militare și reglementări similare referitoare la celelalte componente ale forțelor armate; raporturile cetățenilor aparținând unei

minorități naționale cu serviciile publice deconcentrate în unitățile administrativ-teritoriale, unde respectivele minorități au o pondere semnificativă, în ceea ce privește utilizarea limbii materne; compunerea Înaltei Curți de Casație și Justiție, regulile de funcționare a acesteia și înființarea de instanțe judecătorești specializate în anumite materii; Curtea Constituțională.

4. Examinarea și avizarea proiectelor de lege sau a propunerilor legislative în cadrul Comisiilor permanente ale celor două Camere.

În vederea dezbaterii și adoptării inițiativelor legislative în plenul fiecărei Camere, proiectele de lege și propunerile legislative sunt analizate în cadrul comisiilor permanente.

După înregistrarea inițiativelor legislative și rezolvarea problemelor de competență, biroul permanent, sub semnătura președintelui fiecărei Camere, sesizează comisiile permanente competente, în vederea întocmirii rapoartelor și elaborării avizelor.

Comisia permanentă sesizată în fond este cea care va supune dezbaterii plenului Camerei raportul asupra proiectului sau propunerii legislative cu care a fost sesizată, asigurând, astfel, pregătirea lucrărilor în plen. Pentru avizarea unui proiect de lege sau a unei propuneri legislative pot fi sesizate în fond mai multe comisii permanente.

Pentru avizarea unor proiecte de lege complexe sau pentru elaborarea unor propuneri legislative, atât Senatul, cât și Camera Deputaților pot constitui, prin hotărâre, comisii speciale, în acest caz, proiectele de lege astfel avizate și propunerile legislative elaborate nu se mai supun examinării altor comisii.

Procedura dezbaterii proiectelor de lege sau a propunerilor legislative la comisie este asemănătoare cu procedura din plen. Spre deosebire de procedura din plen, în cadrul comisiei are loc analizarea în detaliu, articol cu articol, a tuturor dispozițiilor proiectelor sau propunerilor legislative, precum și a implicațiilor acestora.

Ședințele comisiilor permanente nu sunt publice. Membrii Guvernului pot participa la ședințele comisiilor. Dacă comisia solicită participarea la lucrările sale a unor reprezentanți ai Guvernului sau a conducătorilor unor instituții publice, prezența acestora este obligatorie.

Examinarea proiectelor de lege și a propunerilor legislative în cadrul comisiilor permanente sesizate se face pe baza textului inițiativei legislative cu care Camera respectivă este sesizată, a avizelor primite de la celelalte comisii, precum și a amendamentelor propuse de parlamentari.

Pot formula amendamente numai parlamentarii și reprezentanții Guvernului.

Rezultatul examinării în cadrul comisiilor parlamentare se consemnează într-un aviz consultativ, care nu obligă Parlamentul să îl respecte.

5. Includerea proiectului de lege sau a propunerii legislative pe ordinea de zi a ședințelor Camerelor

Proiectul ordinii de zi a ședințelor și programul de activitate se întocmesc de către biroul permanent, cu participarea președinților grupurilor parlamentare și a comisiilor permanente, precum și cu consultarea reprezentantului Guvernului pentru relația cu Parlamentul, și se aprobă de plenul fiecărei Camere. Materialele care se supun dezbaterii se transmit biroului permanent.

6. Dezbaterea proiectului de lege sau a propunerii legislative în Camera competentă cuprinde dezbaterea generală, dezbaterea pe texte și votul final.

Inițiatorul își poate retrage proiectul sau propunerea până la momentul începerii dezbaterilor generale, cu aprobarea plenului, în ambele camere. Dacă însă proiectul sau propunerea legislativă a fost adoptată de una dintre Camere și cealaltă Cameră a fost sesizată, retragerea nu mai poate fi făcută.

Dezbaterea generală este precedată de prezentarea, de către inițiator a motivelor care au condus la promovarea proiectului, precum și a raportului comisiei permanente sesizate în final. Cu ocazia dezbaterii generale a proiectului sau a propunerii legislative, reprezentanții grupurilor parlamentare își exprimă poziția față de conținutul acesteia. În această fază nu se propun amendamente și nu se votează. Se discută articolele la care s-au făcut amendamente; deputații, senatorii, reprezentantul Guvernului sau inițiatorul își pot exprima punctele de vedere. Numai aceste articole sunt supuse votului. După votarea textelor amendate, se va vota propunerea sau proiectul în ansamblu.

Proiectele de legi sau propunerile legislative adoptate de Camera sesizată se trimit celeilalte Camere, care va decide. Cele două Camere trebuie să se pronunțe în termen de 45 de zile. Pentru coduri/legi complexe termenul este de 60 de zile, iar în cazul ordonanțelor de urgență, trebuie să se pronunțe în 30 de zile. Dacă se depășesc termenele prevăzute, proiectul de lege sau inițiativa legislativă este considerată ca adoptată în forma înaintată de inițiator.

Camera Deputaților sau Senatul, în situația în care au competență decizională, pot să adopte cu modificări sau fără modificări un proiect de lege sau propunere legislativă primite de la cealaltă Cameră.

7. Semnarea legilor de către președinții Camerelor atestă încheierea procedurii legislative în Parlament.

8. Promulgarea legii este procesul prin care Președintele autentifică textul legii și o investește cu formulă executorie, dispunând publicarea ei în Monitorul Oficial. Promulgarea se face prin decret. Termenul pentru promulgare este de 20 de zile.

9. Intrarea în vigoare a legii. Legile se publică în Monitorul Oficial și intră în vigoare la 3 zile de la publicare sau la termenele specificate în textul acestora.

Sursa: <https://legeaz.net/dictionar-juridic/procedura-legislativa-in-romania>

Cunoașterea procesului decizional nu oferă numai oportunitatea de a avansa în momentul și locul potrivit cu activitățile de advocacy ci și de a face o selecție a problemelor de advocacy pe care rețeaua se va concentra. În plus, rețeaua trebuie să monitorizeze subiectele în discuție pe agenda politică și poziția persoanelor cheie față de aceste subiecte.

Pentru că unii politicieni sunt sceptici în privința capacităților ONGurilor de a se implica în decizia politică și de a face analiză de politici, abordarea profesionistă a activităților de advocacy contribuie semnificativ la succesul demersului.

5.4. Participarea ONGurilor în procesul decizional

Deși participarea societății civile în luarea deciziei în România nu este privită cu deschidere și încredere de oficialii guvernamentali, există câteva mecanisme prin care ONGurile se pot implica în proces.

Transparența decizională este cel mai cunoscut dintre acestea. Este reglementată prin Legea 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică și are drept scop stabilirea regulilor care guvernează relațiile instituțiilor publice de la diverse niveluri cu cetățenii și cu organizațiile legal constituite ale acestora. Presupune două obligații de îndeplinit din partea autorităților publice centrale și locale: 1. informarea cetățenilor asupra problemelor ce urmează a fi dezbătute de autoritățile administrației publice centrale și locale și asupra proiectelor de acte normative și 2. consultarea cetățenilor și asociațiilor legal constituite, în procesul de elaborare a actelor normative.

Autoritățile publice centrale pot fi: ministere, organe centrale ale administrației publice în subordinea Guvernului sau ministerelor, servicii descentralizate ale acestora, autorități publice autonome.

Autoritățile locale pot fi: consilii județene, consilii locale, primării.

Autoritățile publice au obligația să publice anunțul cu privire la proiectele de acte normative cu 30 de zile calendaristice înainte de supunerea acestora spre avizare și au obligația să alocă alte 10 zile calendaristice ulterior publicării pentru primirea de comentarii, propuneri, observații asupra proiectului. ONGurile au posibilitatea să **solicite dezbateri publice** a proiectului de act normativ concomitent cu trimiterea observațiilor/propunerilor pe textul proiectului, autoritățile publice inițiatoare fiind obligate să organizeze dezbaterile. În termen de 10 zile calendaristice de la încheierea dezbaterii publice, autoritățile au obligația să posteze pe site-ul propriu minuta dezbaterii, comentariile primite, forma inițială a actului normativ și modificările suferite, forma finală adoptată.

Cetățenii și organizațiile societății civile au de asemenea posibilitatea să participe la **ședințele publice** în cazul în care autoritățile administrației publice discută probleme de interes public care sunt de interes pentru aceștia. Anunțurile privind ședința publică se postează la sediul autorității publice cu cel puțin 3 zile înainte. Cetățenii și organizațiile care au formulat propuneri vor fi anunțate, dar participarea se face în limita locurilor disponibile.

Atât în cazul dezbaterilor publice cât și în cel al ședințelor publice, opiniile exprimate de societatea civilă au doar **valoare de recomandare**.

Consiliul Economic și Social (CES) este reglementat de Legea 248/2013 privind organizarea și funcționarea Consiliului Economic și Social. CES este un organism consultativ al Parlamentului și Guvernului și are în atribuții formularea unui aviz consultativ asupra proiectelor de acte normative inițiate de guvern sau propunerilor legislative ale deputaților și senatorilor, în următoarele domenii: politici economice, financiare, protecție socială și relații de muncă, protecția mediului și dezvoltare durabilă, sănătate, educație, tineret, cercetare, cultură etc. Alte atribuții ale CES sunt: elaborarea de analize și studii asupra

realităților economice și sociale și sesizarea Guvernului și Parlamentului asupra unor fenomene economice și sociale ce impun adoptarea unor noi acte normative. CES are în componență 15 reprezentanți ai ONGurilor din domeniile de competență, numiți de către Minitrul Muncii, pe baza de candidatură. CES poate fi sesizat de reprezentanți ai societății civile asupra unor aspecte de interes național. Deși CES include reprezentanți ai ONGurilor, comisiile de dialog social – atât cele de la nivelul ministerelor cât și cele din prefecturi – nu au în componență societatea civilă.

Înregistrarea ONGurilor în Repertoriul Camerei Deputaților este un proces prin care deputații și parlamentarii pot afla informații despre organizațiile societății civile din România care activează într-un anumit domeniu de activitate, circumscris activității unei Comisii parlamentare. Odată înregistrate, ONGurile pot completa Repertoriul cu propuneri, sugestii referitoare la inițiativele aflate în dezbaterile comisiilor. Instrumentul a fost elaborat cu scopul îmbunătățirii mecanismelor de consultare și participare a ONGurilor la procesul de elaborare a legilor, la nivelul comisiilor parlamentare. Mai multe informații despre Înregistrarea în Repertoriul Camerei Deputaților la <http://www.cdep.ro/pls/dic/site.page?id=572>

Acreditarea ONGurilor pe lângă Camera Deputaților oferă acces direct organizațiilor care dețin expertiză într-un anumit domeniu la procesul de consultare, cu respectarea Regulamentului Camerei Deputaților. Mai multe informații despre Acreditarea pe lângă Camera Deputaților <http://www.cdep.ro/pls/dic/site.page?id=573>

Evaluarea contextului politic trebuie să răspundă următoarelor întrebări:

- Cine formulează ideile privind politicile de sănătate?
- Care sunt instituțiile implicate/au un rol în proces?
- Care sunt celelalte domenii afectate (ex. mediul, transporturile etc.)?
- Care sunt subiectele de discuție pe agenda politică și care sunt temele care preocupă experții din domeniul respectiv?

Secțiunea 6. Prioritizarea problemelor

Obiective de învățare: la finalul acestei secțiuni participanții vor fi capabili să prioritizeze problemele de advocacy identificate și să aleagă dintre acestea o temă pentru advocacy.

Timp alocat: 2 h

Materiale: flipchart, coli, markere, handouts, videoproiector.

Următorul pas este identificarea problemelor care necesită advocacy. Documentarea în privința politicilor va ajuta rețeaua să definească problema, să identifice soluții și să le transpună în termeni simpli, care să influențeze atât publicul cât și populația. La final, soluțiile trebuie transpuse în termeni de politici.

Pentru a identifica problemele cele mai importante, atât monitorizarea opiniilor experților cât și a factorilor de decizie este esențială. În plus, trebuie avute în vedere temele pe care acționează constrângerile externe (ex. termene de implementare a unor directive UE sau a unor instrumente internaționale la care România este parte). Aceasta este faza de cercetare – documentare, esențială atât pentru determinarea și definirea problemei de advocacy, cât și pentru identificarea soluțiilor posibile, respectiv evaluarea șanselor de reușită ale acestora.

Există o multitudine de probleme care se pretează unor abordări de advocacy, așa cum sunt probleme a căror rezolvare poate fi mult mai simplă. Dintre aspectele care necesită un demers de advocacy trebuie identificate doar cele cu șansele cele mai mari de reușită, având în vedere contextul politic dat.

Exercițiu sugerat:

11. Prioritizarea problemelor. Participanții se împart în grupuri de câte 5. Fiecărui grup i se distribuie post-itiuri, iar membrii sunt rugați să se gândească la principalele probleme de politică în sănătate care îi preocupă pe ei și organizațiile din care provin, luând în considerare următoarele aspecte:

- misiunea pe care au definit-o pentru rețeaua de advocacy într-un exercițiu anterior;
- interesele lor și ale organizației din care fac parte;
- nevoile beneficiarilor și ale comunității în care lucrează;

Fiecare membru va scrie pe post-it 1 problemă de politică, apoi li se va cere să discute și să decidă în grup care sunt primele 3 probleme prioritare și să le argumenteze pe scurt. Fiecărui grup i se va da lista cu criteriile pentru alegerea problemei prioritare, alături de instrucțiunile de completare.

Listă de verificare pentru alegerea problemei

Criterii Problema este...	Problema 1	Problema 2	Problema 3
resimțită de o masă critică de oameni			
beneficiază de suport public			
este susținută de date de încredere			
este ușor de înțeles			
aduce îmbunătățiri în calitatea vieții oamenilor			

este fezabilă			
contribuie la formarea de alianțe cu alte grupuri			
are un orizont de timp delimitat			
îmbunătățește conexiunile între ONGuri			
corespunde misiunii rețelei			
răspunde nevoilor comunității			

Sursa: adaptare după Networking for policy change: an advocacy training manual, 1999

Fiecare dintre cele 3 probleme identificate va fi înscrisă la rubrica Probleme, apoi în dreptul fiecărui criteriu listat se va completa:

- Mare (întotdeauna sau aproape întotdeauna îndeplinește criteriul),
- Medie (deseori îndeplinește criteriul),
- Mică (rareori îndeplinește criteriul),

în funcție de probabilitatea ca respectiva problemă să îndeplinească un anumit criteriu.

Înainte de a începe notarea se revizuiesc criteriile pentru a asigura înțelegerea uniformă a acestora de către membrii grupului. Participanții pot adăuga criterii suplimentare în listă, dacă consideră necesar. Se completează pe rând criteriile pentru fiecare dintre cele 3 probleme listate/grup, apoi se decide în funcție de scoruri cea mai importantă problemă. Fiecare grup desemnează un raportor care va descrie problema selectată și procesul (ce anume i-a ajutat la luarea deciziei). La final vor fi listate 3 probleme de advocacy. Dacă se constată că ele sunt similare, grupul va fi rugat să aleagă o altă problemă pentru a asigura diversitatea. Timp alocat: 1 h 15 min.

12. Probleme și oportunități. Participanții sunt rugați să-și aleagă câte o problemă din cele 3 identificate până acum și sunt împărțiți pe grupuri de lucru în funcție de problema aleasă. Li se cere să răspundă următoarelor două întrebări:

1. Care sunt datele disponibile care susțin problema aleasă?
2. Care sunt politicile dorite pe termen mediu și lung?

Rezultatul discuțiilor în fiecare grup de lucru va fi notat în tabelul următor:

	Problema 1	Problema 2	Problema 3
Date disponibile			
Politică dorită			

Fiecărui grup i se va cere să desemneze un raportor, care va prezenta răspunsurile în grupul mare. Ceilalți participanți pot comenta sau adăuga informații. Timp alocat: 1 h.

Secțiunea 7. Strategia de advocacy

Obiective de învățare: la finalul acestei secțiuni participanții vor fi capabili să identifice etapele procesului de advocacy.

Timp alocat: 2 h

Materiale: flipchart, coli, markere, handouts

7.1. Ce este advocacy-ul?

Advocacy – set de acțiuni concrete care sprijină o problemă specifică de politici, și care țințesc factorii de decizie.

Advocacy-ul este:

- un proces, uneori mai scurt, alteori de lungă durată
- cuprinde acțiuni bine definite, orientate spre anumiți stakeholderi și decidenți politici
- urmărește influențarea politicilor, programelor, legislației sau fondurilor alocate

Nivelul la care pot avea loc activitățile de advocacy este:

- european
- național
- regional
- local

O campanie de advocacy are șanse mai mari de succes atunci când este atent planificată. Rețelele de advocacy își **formulează problema**, își **stabilesc scopul** și **obiectivele** de advocacy (care trebuie să fie măsurabile), își **identifică suporterii și opozanții**, se informează asupra **decidenților pe care îi pot ținti**, aleg **mesaje de impact** și **mobilizează fondurile** necesare, apoi **colectează date** și **monitorizează** desfășurarea planului. Într-o campanie de advocacy trebuie implicate persoane cu abilități foarte bune de negociere, asertive, capabile să genereze consens.

Exercițiu sugerat:

13. Definirea conceptului de advocacy (brainstorming). Pe o coală de flipchart facilitatorul scrie cuvântul advocacy. Participanții sunt rugați să spună cuvintele care le vin în minte atunci când se gândesc la advocacy. Se notează toate răspunsurile. Dacă acestea se repetă, se marchează ✓ în dreptul primei notări a cuvântului respectiv. Apoi participanții sunt împărțiți în grupuri de câte 5 și sunt rugați să lucreze la o definiție pentru advocacy, folosind cuvintele de pe flipchart (15 min) și să o noteze pe o coală.

Definițiile sunt expuse și discutate în grupul mare, cu accent pe similarități (marcate cu o culoare) și diferențe (marcate cu altă culoare). Apoi participanții sunt rugați să aleagă o definiție comună sau, din cele 3 definiții să creeze una nouă. În acest din urmă caz, facilitatorul va ajuta grupul să creeze o definiție nouă folosind elementele comune identificate anterior, cu contribuția tuturor participanților. Noua definiție va fi postată la loc vizibil și va rămâne acolo pe toată durata trainingului.

Apoi participanților li se distribuie definiția din curs și sunt rugați să identifice elementele comune cu propria definiție. Timp alocat: 1 h

7.2. Etape în procesul de advocacy

Exercițiu sugerat:

14. Etape în procesul de advocacy. Se împarte grupul în echipe de câte 5 persoane și fiecărei echipe i se dă un set de cartoane cu etapele procesului de advocacy distribuite într-o ordine aleatorie. Fiecare carton are pe o parte denumirea etapei respective și pe celalaltă parte o scurtă definiție, corespunzând tabelului de mai jos.

Etapă	Definiție
Problemă	Problema care necesită o soluție de politică
Scop Obiectiv	Scop: descrierea rezultatului pe care dorești să-l obții Obiectiv: pași pe care trebuie să-i faci pentru atingerea scopului. Trebuie să fie: specific, măsurabil, realist, delimitat în timp
Grup țintă	Decidenții politici pe care încerci să-i determini să te sprijine în rezolvarea problemei: parlamentari, aleși locali, oficiali din ministere etc.
Atragerea suporterilor	Încheierea de alianțe cu alte grupuri, organizații și indivizi care sunt dispuși să te sprijine în rezolvarea problemei.
Canale de comunicare	Modul în care mesajul este transmis grupurilor țintă, ex. comunicate de presă, conferințe, radio etc.
Elaborarea mesajului	Declarații adresate diverselor grupuri țintă care: definesc problema, oferă soluții și descriu acțiunile care trebuie întreprinse.
Strategia de fundraising	Identificarea și atragerea de resurse (bani, voluntari, spațiu etc.) pentru implementarea campaniei de advocacy
Implementare	Derularea unui set de activități planificate pentru atingerea obiectivelor de advocacy (a planului de advocacy).
Colectarea datelor	Culegerea, analiza și folosirea informațiilor cantitative și calitative pentru a fundamenta fiecare pas al campaniei de advocacy.
Monitorizare și evaluare	Monitorizare – proces de strângere de informații pentru a măsura progresul față de obiectivele de advocacy stabilite. Evaluare – proces de strângere și analiză a informațiilor pentru a determina dacă obiectivele de advocacy au fost atinse.

Sursa: Networking for policy change: an advocacy training manual, 1999:119-123

Fiecare echipă este rugată să așeze cartoanele în ordinea pe care o consideră logică pentru etapele unei campanii de advocacy, pe podea, astfel încât să fie vizibile pentru toată lumea. După ce toate echipele au

terminat de aranjat cartoanele în ordine, participanții sunt rugați să observe cele 3 aranjamente și să identifice similaritățile și diferențele. Fiecare echipă va fi întrebată pe rând de facilitator unde au fost dificultăți în stabilirea ordinii etapelor și asupra căror aspecte au fost discuții. De asemenea, echipele sunt întrebată dacă au existat aspecte neclare – neînțelegerea etapelor. După ce toate echipele și-au prezentat munca, facilitatorul va întreba grupul mare dacă toate echipele au pornit și au încheiat cu aceleași etape, care au fost etapele ordonate diferit și dacă au fost etape care au rămas în afara aranjamentelor – de ce?

Etapele procesului de advocacy

1. Definirea problemei – problema trebuie să aibă legătură cu misiunea rețelei și să fie agreată de toți membrii. Poate fi identificată prin analiza contextului politic, social și economic, prin diverse metode de sondare a opiniei unor stakeholderi (întâlniri, focus grupuri, interviuri, chestionare) și prin analiza unor date/rapoarte existente.
2. Stabilirea scopului și obiectivelor. Scopul este rezultatul pe care își dorește să-l obțină rețeaua pe termen mediu și lung (3 – 5 ani). Obiectivele sunt rezultate intermediare, concrete, măsurabile, stabilite pe termen scurt, care contribuie la atingerea scopului.
3. Identificarea grupurilor țintă. Primul grup este reprezentat de factorii de decizie care au puterea de a schimba politicile de interes pentru rețea. Al doilea grup reprezintă persoanele care i-ar putea influența pe primii – alți factori de decizie, prieteni, membri de familie, membri ai unor cluburi etc. Rețeaua trebuie să identifice aceste persoane și poziția lor față de problema de interes pentru membrii acesteia.
4. Atragerea de suporteri. Membrii rețelei trebuie să identifice și să stabilească alianțe cu alte rețele, coaliții de organizații, cu activiști, comunități, mass media etc. și să informeze publicul despre problema identificată și modul în care această problemă afectează diverse grupuri. Atragerea suporterilor poate fi făcută prin întâlniri, emisiuni TV, articole în presă, sau online, postări pe facebook și alte rețele de socializare sau prin liste de distribuție/grupuri de discuții etc.
5. Elaborarea mesajelor. O campanie de advocacy trebuie să conțină mesaje specifice destinate diverselor grupuri țintă. Atunci când se lucrează la un astfel de mesaj, este important să fie reținute următoarele chestiuni: 1. Cui se adresează mesajul? 2. Ce dorim să obținem prin acest mesaj? 3. Cum vrem să acționeze receptorul mesajului?
6. Alegerea canalelor de comunicare. Selectarea canalelor adecvate de comunicare depinde de audiența căreia ne adresăm. Vom alege diferit canalul de comunicare pentru factorii de decizie, pentru organizații cu activități similare membrilor rețelei, sau pentru publicul larg. Cele mai comune canale de comunicare sunt conferințele de presă și comunicatele de presă, dezbaterile, seminariile și conferințele, dar și întâlnirile față în față și e-mailurile personalizate.
7. Strângerea de fonduri pentru campanie. Trebuie gândită la începutul campaniei, împreună cu un plan de fundraising, care să fie suficient de flexibil încât să permită identificarea unor resurse pe parcurs (ex. granturi). Cheltuielile care trebuie avute în vedere sunt cele de comunicare, materialele de promovare, transportul membrilor etc.

8. Elaborarea planului de implementare. Pentru a asigura succesul unei campanii de advocacy, pe lângă planul de fundraising rețeaua trebuie să gândească și planul de implementare. Planul trebuie să includă activitățile, persoanele/organizațiile responsabile, resursele necesare și perioada alocată fiecărei activități.

Activități continue pentru o rețea de advocacy

Colectarea datelor – este necesară în mai multe etape ale procesului de advocacy, deoarece campania și activitățile acesteia trebuie să țină pasul cu contextul social, politic și economic.

Monitorizarea – presupune stabilirea unor indicatori de monitorizare și măsurare a progresului. Uneori monitorizarea și evaluarea (care se referă la rezultate) implică adoptarea unor acțiuni corective, din mers, astfel încât să se obțină schimbarea așteptată.

Exercițiu sugerat:

15. **Diferențe între advocacy și alte concepte apropiate.** Pe o coală de flipchart se desenează tabelul următor:

Concept	Grup țintă	Obiective	Indicatori de realizare
Campanie de informare și educare			
Relații publice			
Advocacy			
Mobilizare comunitară			

Participanții sunt rugați să se gândească la fiecare concept și să numească caracteristicile acestuia, astfel încât să realizeze diferențele.

Pentru campania de informare și educare grupul țintă poate fi divers, în funcție de obiectivul acesteia: ex. tinerii, femeile, părinții copiilor preșcolari etc. Obiectivul este conștientizarea sau schimbarea comportamentului. Indicatorii de realizare se referă, de ex., la % grupului țintă care adoptă comportamentul dorit.

Relațiile publice sunt un concept folosit în marketing, au ca grup țintă potențialii clienți ai unei companii, magazin etc., urmăresc publicitatea firmei și creșterea vânzărilor. Indicatorii de realizare ar putea fi % cu care vânzarile au crescut față de o anumită perioadă de referință sau nr. de clienți noi.

Advocacy-ul țintește factorii de decizie, are ca obiectiv schimbarea unei politici, program, legi sau alocare financiară etc. și se măsoară prin adoptarea unei politici/program sau introducerea unei noi linii bugetare etc..

Mobilizarea comunitară se adresează liderilor și membrilor unei anumite comunități, urmărește creșterea capacității acestora de a-și identifica propriile nevoi și a acționa pentru rezolvarea lor și se măsoară prin rezolvarea problemei sau acoperirea nevoii identificate. Timp alocat: 30 min.

Secțiunea 8. Campania de advocacy

Obiective de învățare: la finalul acestei secțiuni participanții vor fi capabili să experimenteze pașii unei campanii de advocacy.

Timp alocat: 3 h

Materiale: flipchart, coli, markere, handouts, videoproiector

Etapile campaniei de advocacy în 2 minute <https://www.youtube.com/watch?v=atbZYs215Uw>

Înainte de a începe o campanie de advocacy, Mattson & Lam recomandă o analiză a capacității rețelei de a se angaja în efortul de advocacy, deci a factorilor interni, printr-o analiză SWOT.

Analiza SWOT (strengths – puncte tari, weaknesses – puncte slabe, opportunities - oportunități, threats - amenințări)

Are rolul de a determina factorii interni (care țin de echipă – ex. competențe, experiență, resurse financiare etc.) și externi (climat politic, context, sprijinul comunității etc.) care pot influența o campanie de advocacy.

	Folositor pentru atingerea obiectivului	Dăunător pentru atingerea obiectivului
Factori interni (echipa de advocacy)	Puncte tari (Strengths)	Puncte slabe (Weaknesses)
Factori externi (de mediu)	Oportunități (Opportunities)	Amenințări (Threats)

Posibile puncte tari și puncte slabe ale unei echipe de advocacy (sursa: Mattson & Lam, 2016:42):

Puncte tari	Puncte slabe
Experiență în advocacy Abilități de cercetare Resurse financiare Abilități de lucru în echipă Deprinderi de design grafic Înțelegere și efort comun pentru atingerea obiectivului de advocacy Reputație bună a membrilor (credibilitate) Membri activi (pun întrebări, oferă feedback, cooperează)	Lipsă de experiență în advocacy Buget limitat Lipsa deprinderilor de design grafic Neînțelegeri în rândul echipei Perspective diferite asupra obiectivului de advocacy Dezacorduri și conflicte privind abordarea Membri pasivi Lipsa cunoștințelor despre problema de sănătate în cauză

Indiferent de problema de advocacy și de obiectivele stabilite, atunci când punctele slabe predomină sau sunt mai importante decât cele tari (ex. dezacordul echipei asupra abordării în advocacy este mult mai important decât abilitățile de design grafic și cele de cercetare), o alegere înțeleaptă este renunțarea la campania de advocacy care probabil ar fi, în cazul în care este continuată, sortită eșecului.

8.1. Identificarea problemei, stabilirea scopului și obiectivelor

Scopul este schimbarea ultimă pe care rețeaua își dorește să o obțină pe termen lung (3 - 5 ani) și realizarea lui este în afara rețelei (nu poate fi atins doar prin eforturile membrilor rețelei).

Obiectivul este o etapă intermediară în atingerea scopului. Este stabilit pe termen scurt (1 – 2 ani), iar atingerea lui stă în puterea membrilor rețelei. Obiectivele trebuie să fie SMART – specifice, măsurabile, fezabile, realiste, delimitate în timp. La obiectivele de advocacy apar însă elemente suplimentare: factorii de decizie (oficiali din Ministerul Sănătății etc.) și acțiunea dorită pentru atingerea obiectivului (ex. alocarea unui procent suplimentar de 5% din bugetul pentru sănătate pentru prevenție). Atât scopul cât și obiectivele trebuie să fie legate de problema de advocacy identificată. Obiectivele trebuie să contribuie în mod logic la atingerea scopului de advocacy.

Exercițiu sugerat:

16. Identificarea problemelor. Participanților li se va explica că în acest exercițiu vor identifica prioritățile în domeniul sănătății, vor selecta o problemă de advocacy, vor stabili scopul campaniei de advocacy și obiectivele acesteia.

I. Participanților li se cere să se gândească la problemele presante de sănătate, pornind de la experiențele lor de lucru cu clienții sau de la activitatea organizației căreia îi aparțin. Toate problemele vor fi listate pe flipchart; toți participanții vor avea ocazia să-și exprime opinia. Apoi acestea vor fi revizuite în grup, se vor elimina aspectele redundante și se vor clarifica ambiguitățile. Toți participanții trebuie să aibă aceeași înțelegere a problemelor listate. Cursanții vor fi rugați să se gândească la fiecare dintre problemele de pe flipchart și să găsească o soluție de politică pentru remediarea/rezolvarea acesteia. Se va folosi un exemplu, să zicem consumul ridicat de zahăr la copii. Sunt mai multe variante de soluții pentru această problemă: o campanie de informare și educare adresată părinților, adoptarea legislației care să interzică reclamele la dulciuri pe posturile de televiziune, introducerea consultanței pe nutriție în școli etc. Dintre acestea, prima nu este o soluție de advocacy, ci de informare și educare. Apoi li se va cere participanților să vină pe rând la flipchart și să bifeze ✓ în dreptul primelor 3 cele mai relevante și urgente probleme pentru activitatea fiecăruia. După ce toți au votat, se va face totalul bifelor pentru fiecare problemă și vor fi listate separat primele 3 priorități. Pentru fiecare dintre acestea li se va cere participanților să identifice: de ce problema este importantă în prezent pentru rețea, care sunt aspectele problemei, dacă pot fi identificate soluții de politici, dacă va fi ușor sau greu să se construiască alianțe în jurul problemei, care este situația problemei identificate în afara țării, în ce măsură problema coincide cu problemele importante identificate anterior (vezi secțiunea 6. Prioritizarea problemelor)? Scopul exercițiului nu este determinarea riguroasă a celei mai importante probleme de sănătate. Grupul va avea ocazia să lucreze și pe celelalte probleme pe durata proiectului. Timp alocat: 30 minute.

II. În următoarea fază a exercițiului, pe flipchart vor fi scrise definițiile scopului și obiectivelor.

Participanții vor fi împărțiți în grupuri de câte 5 persoane și fiecărui grup i se va cere să formuleze un scop și 3 obiective pentru problema aleasă în etapa anterioară a exercițiului. Se vor alocă 30 minute pentru stabilirea scopului și obiectivelor. Apoi fiecărui grup i se va cere să prezinte ce a obținut. Rezultatele vor fi notate pe flipchart. Se va verifica dacă scopurile necesită adoptarea uneia sau mai multor decizii politice, altfel nu este vorba despre un scop de advocacy. În schimb, majoritatea scopurilor de advocacy necesită derularea în paralel a unor campanii de educare a publicului. Similar, vor fi discutate și selectate obiectivele. Grupul mare va fi susținut să aleagă sau să reformuleze cel mai bun scop din cele listate pe flipchart și cele mai bune obiective. Timp alocat: 30 min.

Problema de advocacy, scopul și obiectivele constituie fundamentul oricărei campanii de advocacy și baza pentru alegerea activităților. Este esențial pentru echipa de advocacy să-și formuleze poziția față de problema de sănătate în discuție și, în același timp, să stabilească scopul sau obiectivul general al demersului de advocacy. Acesta poate fi unic – ex. o schimbare legislativă, sau multiplu – ex. în cazul obezității la copii, obiectivele pot fi: promovarea alimentației sănătoase în școli, interzicerea reclamelor la dulciuri/junk food destinate copiilor, educația pentru alimentație de dietă (Mattson & Lam, 2016:35).

Checklist pentru selecția obiectivului de advocacy

Criteriu	Obiectiv 1	Obiectiv 2	Obiectiv 3
Există date cantitative/calitative care arată că obiectivul va îmbunătăți situația/problema			
Obiectivul este realizabil, chiar dacă întâmpină opoziție			
Obiectivul beneficiază de sprijin din partea multor oameni			
Rețeaua va putea strânge resursele necesare pentru îndeplinirea obiectivului			
Factorii de decizie implicați în realizarea obiectivului pot fi identificați (nume, poziție)			
Obiectivul este ușor de înțeles			

Obiectivul are un orizont de timp realist			
Se pot încheia alianțe cu stakeholderi și organizații cheie care să ajute la atingerea obiectivului			

Sursa: Networking for policy change: an advocacy training manual, 1999:135

8.2. Audiența țintă: suporterii și opozații

Obiective de învățare: la finalul acestei secțiuni participanții vor fi capabili să: folosească harta puterii pentru a identifica suportul și opoziția față de o anumită problemă; identifice grupurile țintă primare și secundare și să evalueze interesul acestora față de problema în cauză.

Timp alocat: 1 h

Materiale: coli, markere, flipchart, post-it, foarfece, handouts, videoproiector.

Exerciții sugerate:

17. Harta puterii. Se va lucra în grupurile în care s-a lucrat și pentru stabilirea scopului și obiectivelor. Fiecare grup își va alege (sau i se va alocă) unul dintre cele 3 obiective de advocacy din secțiunea anterioară. Obiectivul va fi scris pe o coală de flipchart care va fi apoi împărțită în 2 printr-o linie verticală. Pe partea stângă vor fi suporterii, pe dreapta opozații, iar linia verticală va simboliza persoanele/instituțiile indecise/neutre. Fiecare grup va face un exercițiu de brainstorming pentru identificarea, pe rând, a celor 2 categorii de audiențe: grupul țintă primar și cel secundar. Răspunsurile vor fi notate pe post-it-uri și lipite pe flipchart în stânga paginii, în dreapta paginii sau pe linia de mijloc, conform poziției față de problema de advocacy. Se va nota pe post-it, alături de nume, literele P sau S, P pentru cei care dețin puterea (actorii primari) și S pentru cei care-i pot influența pe primii (actorii secundari). Cu cât puterea/influența respectivului individ/instituție este mai mare, cu atât post-itul va fi mai mare – se vor folosi post-ituri întregi pentru cei mai puternici, respectiv jumătăți și sferturi de post-ituri pentru cei mai slabi. Dacă între 2 indivizi din grupul țintă, respectiv instituții sunt legături puternice, atunci post-iturile pot fi suprapuse. Pentru cei a căror poziție este necunoscută, pentru indeciși și neutri se va alege linia de mijloc. La finalul exercițiului hărțile vor fi prezentate și discutate în grupul mare. Participanții vor fi întrebați dacă sunt și alți suporterii/oponenți care ar trebui adăugați pe hartă, dacă sunt vizibile relațiile dintre aceștia și unde pare să fie concentrată puterea pe hartă. Timp alocat: 30 min

18. Analiza actorilor țintă. Se va lucra în aceleași grupuri ca în exercițiul anterior, pe baza hărții puterii. Fiecare grup va identifica actorii primari (P-urile) – cei care au puterea să producă schimbarea dorită și pe cei secundari (S-urile) – cei care au puterea de a-i influența pe primii (inclusiv rude și/sau prieteni). Pe formularul de Analiză a Actorilor Țintă vor fi transcrise numele acestora în căsuțele corespunzătoare. Pe coloane se va completa cum urmează:

- **Cunoștințele** despre problema de advocacy: actorii sunt informați despre problemă sau nu? Cât de mult știu aceștia despre problemă?

- **Nivelul sprijinului** pentru problema de advocacy: actorii au sprijinit în mod public problema de advocacy? Care ar fi scorul sprijinului, pe o scală de la 1 la 5, unde 1 foarte slab și 5 înseamnă foarte puternic?
- **Nivelul opoziției** față de problema de advocacy: actorii s-au opus în mod public problemei de advocacy? Care ar fi scorul opoziției, pe o scală de la 1 la 5, unde 1 înseamnă foarte slabă și 5 înseamnă foarte puternică?
- **Neutrii/Indecișii**: cei a căror poziție față de problemă este fie necunoscută, fie neutră.
- **Potențiale beneficii** pentru actori: cum ar putea actorii beneficia de pe urma sprijinului/opoziției față de problemă (ex. personal, profesional, politic etc.)? Care ar fi aceste beneficii?

Formular de Analiza a Actorilor Țintă

Actorii primari (cei cu putere de decizie pe obiectivul de advocacy)	Cunoștințele despre problemă	Nivelul sprijinului față de problemă 1 foarte slab – 5 foarte puternic	Nivelul opoziției față de problemă 1 foarte slabă – 5 foarte puternică	Neutri/indeciși	Beneficii pentru actori
Actorii secundari (cei care pot influența actorii cu putere de decizie în problema de advocacy)	Cunoștințele despre problemă	Nivelul sprijinului față de problemă 1 foarte slab – 5 foarte puternic	Nivelul opoziției față de problemă 1 foarte slabă – 5 foarte puternică	Neutri/indeciși	Beneficii pentru actori

Sursa: Networking for policy change: an advocacy training manual, 1999:146

După completarea formularului (grupurile au 30 minute pentru asta), reprezentanții fiecărui grup sunt invitați să-și prezinte munca.

Facilitatorul va stimula discuțiile cu întrebări de tipul: ce ați simțit la analiza actorilor? Ați fi avut nevoie de mai multe informații? Vi s-a părut că grupurile țintă vă sunt mai mult alături sau sunt mai mult în opoziție? Având formularul în față, cum v-ați orienta eforturile de advocacy? Spre diminuarea opoziției, spre convertirea indecișilor sau spre extinderea sprijinului pentru problemă? Ce alte informații vă sunt necesare pentru analiza mai bună a grupurilor țintă? De ce credeți că e important ca rețeaua să cunoască beneficiile fiecărui actor pe care îl țintește? Timp alocat: 45 min.

Atât harta puterii cât și analiza actorilor sunt esențiale pentru determinarea strategiei de advocacy și trebuie actualizate/completate permanent pe durata campaniei.

Audiența țintă este reprezentată de 2 categorii: cei care au puterea de decizie – decidenții politici – sunt ținta principală a oricărei activități de advocacy; și cei care îi pot influența pe aceștia – ținta secundară în campania noastră. Pentru fiecare obiectiv de advocacy trebuie identificate atât țintele principale și secundare cât și nivelul de sprijin/opoziție pe care ar putea să îl aibă față de problema selectată. Grupurile țintă pot varia în funcție de obiectivul de advocacy ales. Ele pot fi compuse din: lideri politici, oficiali guvernamentali, ONGuri, organizații profesionale, mass media, syndicate etc. Este de reținut că sunt subiecte din sănătate de natură să declanșeze o opoziție puternică, așa cum sunt subiecte mai ușor de promovat pe agenda politică. Oricum ar fi, cea mai bună metodă de a răspunde opozițiilor este să fii în permanență informat despre argumentele și poziția acestora față de problema de advocacy la care lucrezi. Mesajele pe care le transmiți în cadrul campaniei de advocacy trebuie să anticipeze și să neutralizeze argumentele opoziției.

În plus, rețelele caută să-și extindă permanent numărul suporterilor și aliaților în problema de advocacy identificată și în acest efort țintesc deseori publicul neutru sau indecișii. Și factorii de decizie politică pot fi indeciși într-o problemă de sănătate, sau pot apărea în mod public ca fiind neutri. Aceștia pot fi convinși eventual să adopte o poziție suportivă față de problema de advocacy.

8.3. Mesajele: informarea, persuasiunea și îndemnul la acțiune

Obiective de învățare: La finalul acestei secțiuni participanții vor fi capabili să: adapteze un mesaj unei audiențe țintă; elaboreze mesaje pentru audiențe diferite în situații diferite.

Timp alocat: 1 h

Materiale necesare: coli, markere, bandă adezivă, 5 reclame decupate din reviste locale, cameră foto, 2 scenarii pentru joc de rol, handouts.

Această secțiune se referă la componentele mesajului: conținut, limbaj, sursă, format, momentul și locul în care este livrat către audiență.

Exercițiu sugerat:

19. Mesajele. Persuasiunea. Pe perete se lipesc 3 coli, fiecare având următorul conținut: de acord, nu știu, împotriva. Se citește grupului o afirmație controversată. De exemplu, *pacienții diagnosticați cu hepatită cu virus C în stadii incipiente (F1 & F0) nu beneficiază de noile tratamente fără interferon*. Participanții sunt rugați să se poziționeze în dreptul uneia dintre colile lipite pe perete, în funcție de părerea personală despre afirmația citită: sunt de acord, se opun sau sunt neutri. Cei din grupul suporterilor sunt rugați să

Își alege câte o persoană din grupul neutrilor sau opozanților și să încerce să îi convingă să se alieze cu cauza. Participanții rămași fără pereche vor observa protagoniștii încercărilor de persuasiune. După 15 minute, observațiile vor fi discutate în grupul mare: câte persoane au fost convinse să devină suporteri? Ce anume le-a convins? De ce credeți că nu s-au lăsat convinși? Care au fost tehnicile care au funcționat? Timp alocat exercițiului: 30 min.

În viața de zi cu zi suntem expuși unei varietăți de mesaje, care au diverse scopuri: publicitatea unui produs, informarea și educarea cu privire la o anumită temă sau schimbarea opiniei față de o anumită temă. În cazul mesajelor de advocacy lucrurile nu sunt foarte diferite. Este important de reținut că mesajele diferă în funcție de obiectivul de advocacy și nu vom folosi același mesaj pentru două grupuri țintă diferite (de exemplu, în cazul reducerii consumului de zahăr la copii, pentru părinți și pentru angajații din Ministerul Sănătății).

Atunci când lucrăm la un mesaj, vom avea în vedere 3 lucruri importante:

1. ce comunicăm? Ne vom concentra pe unul sau două aspecte esențiale, maxim trei. Actorii țintă trebuie să rămână cu o idee clară, nu să fie confuzi după expunerea la mesaj.
2. mesajele trebuie testate cu reprezentanți din grupul țintă ales pentru a fi siguri că este perceput corect.
3. mesajul trebuie să includă nu doar date logice și persuasiune, ci și acțiunea care este așteptată de la actorul țintă (ex. să organizeze programe educative despre efectele consumului de zahăr în școli, să semneze o petiție pentru interzicerea reclamelor la dulciuri pe posturile TV etc.).

Persuasiunea – este folosită pentru a atrage grupul de oponenți sau indeciși de partea cauzei coaliției, deci pentru a-i transforma în suporteri.

Tehnici de persuasiune: folosirea statisticilor și faptelor concrete, folosirea exemplurilor reale, folosirea comunicării personale (adresarea nu doar către profesionist, ci și către om), ascultarea opiniei celuilalt.

De evitat: exagerarea argumentelor și faptelor, tonul ridicat al vocii, saltul la argumente din zone care nu au legătură directă cu problema.

Comunicarea în advocacy este orice acțiune planificată de comunicare prin care se urmărește atingerea unuia dintre următoarele scopuri: informarea publicului, persuadarea sau îndemnul la acțiune.

În general mesajele de advocacy, ca și cele din campaniile de informare și educare vizează nivelul 1, cel al informării publicului. Dar odată atins acest obiectiv, mesajele trebuie regândite astfel încât să convingă audiența să susțină cauza (nivelul 2) și apoi să treacă la acțiune (nivelul 3). Membrii rețelei trebuie să hotărască care sunt acțiunile pe care le așteaptă din partea fiecărei audiențe țintă, înainte de a trece la nivelul 3.

Mesajele trebuie formulate astfel încât să țină cont de modul în care audiența percepe problema de advocacy, adică din perspectiva receptorilor mesajului, având în vedere și beneficiile (sau riscurile) pe care aceștia le-ar putea avea dacă susțin problema.

Exercițiu sugerat:

20. Caracteristicile unui mesaj eficient de advocacy. Se afisează cele 5 reclame extrase din ziare sau reviste locale astfel încât să fie vizibile pentru toți participanții. Aceștia sunt rugați să le citească pe rând, cu voce tare și să stabilească care sunt caracteristicile care îi atrag la aceste reclame. Caracteristicile vor fi notate pe flipchart. Participanții vor fi rugați să le rețină pentru că le vor folosi în sesiunile următoare. Timp alocat: 15 minute.

Caracteristicile mesajului eficient:

- Simplu
- Concis
- Limbaj potrivit
- Conținutul corespunde formatului
- Livrat de o entitate/persoană credibilă
- Tonul și limbajul corespund mesajului (serios sau glumeț)

Elementele mesajului

- Conținutul – este ideea mesajului, ceea ce trebuie comunicat audienței.
- Limbajul – cuvintele alese pentru a comunica ideea. Trebuie să ne asigurăm că acestea vor fi înțelese de actorii țintă.
- Sursa – emițătorul mesajului trebuie să fie credibil. Uneori este bine ca mesagerul să fie o persoană afectată de problemă (ex. o persoană infectată cu HVC) pentru a sublinia caracterul imediat al acesteia.
- Formatul – canalul de comunicare ales variază în funcție de audiență. Mesajul va fi formulat diferit, în funcție de canalul ales.

Exercițiu sugerat:

21. Canale de comunicare. Într-un exercițiu de brainstorming participanților li se cere să spună care sunt canalele (formatul) prin care un mesaj poate fi livrat.

Canale de comunicare:

- Întâlnirea față în față
- Dezbateră
- Conferința de presa
- Comunicatul de presa
- Petitia
- Protestul
- Posterul/flyerul
- Fact sheet
- Concursuri de postere/slogane etc.

După notarea tuturor canalelor li se cere participanților să se gandească la criteriile în funcție de care aleg un canal de comunicare sau altul. Criteriile vor fi discutate și se vor nota pe flipchart.

Acestea pot fi: audiența (factorii de decizie au foarte puțin timp, așa că ei trebuie convinși rapid; întâlnirile, fact sheeturile și rezumatele laolaltă pot fi canale eficiente pentru această categorie), riscurile (în cazul subiectelor controversate, dezbaterile se pot transforma în certuri; în acest caz planificarea, alegerea speakerilor și repetițiile pot fi utile), costurile implicate (o campanie TV este costisitoare față de o campanie online), vizibilitatea pentru rețea (ex. dacă o celebritate locală acceptă să se asocieze cu un eveniment al rețelei), locul și momentul (legătura cu alte posibile evenimente care cresc vizibilitatea – ex. Ziua mondială anti-fumat sau o campanie electorală etc.).

Cel mai comun canal de comunicare este mass media, care asigură o propagare rapidă și eficientă a informației și de aceea este alegerea nr. 1 în campaniile de conștientizare.

8.4. Elaborarea mesajului de advocacy

Exercițiu sugerat:

22. **Scrierea mesajului de advocacy.** În aceleași echipe în care s-a lucrat la Analiza Actorilor Țintă se va selecta unul dintre actorii din tabel (individ sau instituție) și se va completa formularul pentru Elaborarea Mesajului de Advocacy.

Formularul pentru elaborarea mesajului

Actor țintă	
Acțiunea pe care doriți să o facă actorul țintă	
Conținutul mesajului	
Format (canal de comunicare)	
Sursă (cine comunică?)	
Locul și momentul comunicării	

Sursă: Ritu R. Sharma. 1997. Advocacy Training Guide. Washington, DC: Academy for Educational Development apud Network for policy change: an advocacy training manual, 1999:160

După completare, fiecărei echipe i se va cere să prezinte mesajul. Ceilalți participanți vor comenta pe marginea mesajelor, ghidați de următoarele întrebări: care a fost ideea mesajului? Conținutul a fost adecvat pentru actorul țintă? De ce? Ce alte informații ar fi trebuit/au fost omise? Acțiunea dorită a fost exprimată clar? Care este părerea generală despre mesaj? Timp alocat: 30 min.

8.5. Transmiterea mesajului

Majoritatea evenimentelor cu impact asupra publicului presupune participarea mass media. Jurnaliștii vor lua interviuri organizatorilor/unei persoane din rețeaua de advocacy. Interviurile presupun un extras de maxim 1 minut care va fi transmis pe postul radio/TV, în care persoana interviuată trebuie să transmită mesajul.

Ce trebuie să conțină mesajul de 1 minut?

- Declarația – este ideea centrală a mesajului, iar vorbitorul trebuie să o exprime în câteva propoziții scurte.

Violența domestică trebuie oprită. Violența împotriva femeilor a fost mult timp tolerată iar femeile au suferit în tăcere.

- Dovezile – faptele și datele care sprijină ideea. Trebuie prezentate astfel încât să fie ușor de reținut – ex. 2 din 5 persoane din mediul rural au acces la asistență medicală primară.

În SUA la fiecare 8 secunde o femeie este bătută și la fiecare 6 minute una este violată. Conform unui raport din 1992 al Comisiei Judiciare a senatului, violența domestică face în SUA mai multe victime decât cancerul, jafurile și accidente auto la un loc.

- Exemplu – o poveste care să confirme datele.

Rețeaua noastră a sprijinit o femeie pe nume Maria. Până acum un an, aceasta a reușit să facă față cu succes slujbei și îndatoririlor de mama a doi copii. Acum un an a intrat în relație cu un partener abuziv. Curând și-a pierdut locul de muncă din cauza întârzierilor, iar copiii au fost în mai multe rânduri anchemati disciplinar la școală pentru agresivitate și comportamente neadecvate.

- Acțiunea dorită – obiectivul de advocacy trebuie prezentat ca o invitație la acțiune.

Data fiind amploarea fenomenului milităm pentru crearea unui departament în cadrul politiei care să se ocupe cu protecția victimelor și sancționarea imediată a agresorilor în cazurile de violență domestică.

Exercițiu sugerat:

23. Mesajul de 1 minut (joc de rol). Scenariul a fost adaptat în prealabil unuia dintre obiectivele de advocacy identificate în cadrul grupului. Se vor solicita 2 voluntari în grup. Acestora li se va da scenariul și instrucțiunile de către facilitator.

Scenariu: Coaliția de advocacy pentru combaterea obezității la copii a organizat o conferință de presă în care a prezentat rezultatele unui studiu finalizat recent despre impactul reclamelor TV la dulciuri asupra comportamentului de consum la copii. Unul dintre jurnaliști stabilește un interviu cu expertul rețelei care a prezentat rezultatele studiului.

Un voluntar va avea rolul jurnalistului, celălalt va avea rolul activistului. În jocul de rol se va ține cont de caracteristicile și elementele mesajului de 1 minut discutat anterior. Timp alocat: 30 minute (10 minute pentru pregătire, 5 minute joc de rol, 15 minute feedback participanți).

Secțiunea 9. Colectarea datelor

Obiective de învățare: la finalul acestei secțiuni participanții vor fi capabili să: înțeleagă rolul și utilitatea diverselor instrumente de culegere a datelor.

Timp alocat: 2 h

Materiale necesare: coli, markere, flipchart, handouts, videoproiector.

9.1. Evaluarea nevoilor

Orice rețea/coaliție/alianță de advocacy trebuie să cunoască nevoile comunităților pe care le reprezintă (ce cred oamenii despre problema de advocacy, cum îi afectează politicile și legislația în vigoare și care le sunt prioritățile) și în același timp nevoile de informare ale factorilor de decizie pe care îi țintește.

În această fază sunt determinate nevoile de advocacy ale comunității afectate de problemă prin cercetare și analiza unor date statistice/rapoarte/publicații deja existente.

9.2. Culegerea datelor prin metode cantitative și calitative

Modalitatea de culegere a datelor depinde de tipul de informații necesare, de costurile și resursele umane implicate în culegerea, analiza și prezentarea datelor, precum și de timpul avut la dispoziție de membrii rețelei. Datele pot fi cantitative sau calitative.

Datele cantitative sunt numerice și sunt colectate în general prin sondaje. Ele reflectă de ex. numărul de persoane cu o anumită caracteristică din populație (ex. cu venituri <500 lei/lună) sau arată de câte ori un eveniment s-a produs (ex. 50 decese datorită accidentelor rutiere/1000 locuitori). Datele calitative sunt obținute de regulă prin observație, interviuri și focus grupuri și reflectă păreri, impresii și opinii ale persoanelor intervievate. Mesajele de advocacy bazate pe dovezi sunt foarte importante pentru credibilitatea rețelei/coalitiei care le-a inițiat în fața factorilor de decizie.

Exemple de metode cantitative de colectare a datelor:

- Chestionarul – folosit pentru validarea unei ipoteze, evaluarea prevalenței unei practice, credințe etc. Presupune în general eșantionarea.
- Sondajul Cunoștințe, Atitudini, Practici (CAP) – evidențiază cunoștințele pe care grupul țintă le are despre problema de sănătate, atitudinea față de aceasta și comportamentele asociate problemei de sănătate.
- Recensământ – numărătoarea periodică a populației de către guvern.

Exemple de metode calitative de colectare a datelor:

- Interviul în profunzime – utilizat pentru a dobândi o înțelegere în profunzime a problemei și implicațiilor acesteia pentru reprezentanții unui grup.
- Focus grupul – folosit pentru dezvoltarea/testarea unor ipoteze, obținerea informațiilor despre un subiect larg, producerea unei cantități mai mari de date într-un timp mai scurt
- Observația – folosită pentru a descrie comportamente actuale sau obstacole care blochează adoptarea unor comportamente.
- Studiul etnografic – folosit pentru a determina mediul cultural în care este prezentă o anumită practică de sănătate.

Exercițiu sugerat:

24. Identificarea problemei de advocacy. Relevanța datelor. Grupului I se dă următorul scenariu ipotetic: rezultatele unui sondaj național asupra sănătății, prezentat recent au arătat că în regiunea de sud-est a țării mortalitatea maternă este de 2 ori mai mare decât media pe țară iar rata folosirii contraceptivelor este cea mai mică.

Întrebare: de ce alte informații cantitative/calitative este nevoie pentru a ajuta rețeaua să identifice problema de advocacy? Timp alocat: 15 minute.

Evaluarea primară – este colectarea datelor privind un comportament care se dorește a fi schimbat înainte de începerea activității (evaluarea situației inițiale); este necesară pentru evidențierea schimbării și presupune reaplicarea după finalizarea activității care a determinat schimbarea comportamentului (evaluarea situației finale). Este esențială atunci când se măsoară impactul politicii/actului normativ.

Pași (comuni pentru orice cercetare):

1. Determinarea scopului și obiectivelor evaluării
2. Identificarea și organizarea echipei de cercetare
3. Eleborarea metodologiei și instrumentelor
4. Pretestarea instrumentelor
5. Eșantionarea
6. Elaborarea planului de lucru
7. Colectarea datelor
8. Analiza datelor
9. Pregătirea raportului
10. Evaluarea procesului

Sondajul initial (primar) – este o metodă de cercetare cantitativă care urmărește stadiul unui comportament care se dorește a fi schimbat înainte de începerea activității care determină schimbarea. Servește la comparația cu situația de după încheierea activității.

Cele mai folosite instrumente pentru colectarea datelor calitative sunt interviul și focus grupul.

Interviul

Este o metodă de colectare a datelor calitative care relevă ce gândesc, care sunt percepțiile și opiniile oamenilor față de un anumit subiect/temă. Înainte de proiectarea oricărui instrument de cercetare, trebuie să știm ce vrem să aflăm de la subiecți. În general, tema mare se împarte în teme mai mici și se abordează etapizat, pe parcursul interviului. Succesiunea subiectelor și întrebărilor constituie ghidul de interviu. În general se folosesc întrebări deschise, pentru a da posibilitatea persoanei intervievate să se exprime liber. Orice interviu debutează cu o introducere – prezentarea intervievatorului, afilierea acestuia, scopul cercetării, cum vor fi folosite rezultatele, chestiuni legate de confidențialitate și GDPR. Apoi sunt abordate întrebări mai generale, care ne introduc în tema discuției. Urmează întrebările țintite pe ce dorim să aflăm, concluziile și încheierea. La sfârșit intervievatorul trebuie să dea posibilitatea persoanei intervievate să adauge idei, comentarii, pe marginea celor spuse. De obicei interviurile sunt înregistrate, cu acordul persoanei intervievate, pentru a extrage mai ușor ideile la analiză. Durata ideală a unui interviu este de aproximativ 1 h, în funcție de subiectul abordat.

Avantaje: ofera date calitative care nuanțează datele cantitative - în cazul în care acestea există, este ieftin, nu necesită o pregătire specială din partea operatorului și poate fi aplicat de oricine are abilități bune de comunicare, ascultare activă și o cunoaștere bună a temei de discuție.

Dezavantaje: durata, dificultatea de a ajunge la anumite persoane cheie, analiza mai dificilă a datelor (mai ales în cazul unui volum mare), faptul că dacă nu există reprezentativitate nu se poate generaliza pe baza datelor din interviuri, rețineri de a-și exprima liber părerea datorită înregistrării etc.

Focus grupul

Este o metodă de colectare a datelor calitative, foarte potrivită pentru evaluarea nevoilor comunității. Se folosește când vrem să cunoaștem opinia față de o anumită problemă/situație, să testăm diverse variante de soluții, să colectăm sugestii sau să identificăm probleme. Presupune o structură pe marginea căreia sunt ghidate discuțiile, grupată pe teme conținând întrebări de orientare – ghidul de focus grup. Ca și interviul, implică o introducere și o încheiere. Focus grupul este moderat de un facilitator și se organizează cu 6 – 10 participanți. Facilitatorul inițiază discuția, stimulează toți participanții să se exprime, se asigură că sunt abordate toate temele de discuție, pune întrebări de clarificare. Alături de facilitator, la modul ideal, mai este prezentă în grup o persoană, cu rolul de observator, care ia notițe și observă dinamica grupului. De multe ori însă, facilitatorul își notează și rezumatul discuției. Focus grupurile pot fi înregistrate, cu acordul participanților. Durata ideală a unui focus grup este de 1 h 30 min. Focus grupurile pot fi organizate de mai multe ori (este recomandat ca într-o comunitate să se facă 3 până la 5 focus grupuri pe o anumită temă), până când informația colectată ajunge să se repete (saturație).

Avantaje: cantitate mare de informații strânse în timp relativ scurt, metodă relativ ieftină (desi uneori se acordă mici beneficii participanților), implică dezbateri asupra unor aspecte, deci și o viziune critică.

Dezavantaje: uneori este greu de strâns grupul necesar (persoane afectate de o problemă); facilitatorul trebuie să aibă abilități bune de moderare, astfel încât să nu se ajungă la situația în care numai o parte dintre participanți își exprimă punctul de vedere și/sau la certuri.

Exercițiu sugerat:

25. Interviul și Focus Grupul. Participanții sunt întrebați dacă au folosit până acum interviul sau focus grupul. Cei care au experiență sunt rugați să se așeze separat – pentru interviuri și pentru focus grupuri. Ceilalți participanți vor fi împărțiți între cele două grupuri, astfel încât numărul acestora să fie aproximativ egal. Grupul cu interviul își va alege o temă, pentru care va schita obiectivele interviului și un ghid de interviu. Apoi 2 dintre membrii grupului vor prelua rolul intervievatorului, respectiv al persoanei intervievate și vor face un joc de rol. Tema aleasă va avea legătură cu secțiunea anterioară a sesiunii de instruire. Ceilalți membri ai grupului vor observa și își vor lua notițe. Grupul ca va lucra pe focus grup își va alege de asemenea o temă, obiectivele și va stabili un ghid de întrebări, apoi va alege un facilitator și un observator (ceilalți vor fi participanții) și vor face un joc de rol. La sfârșit, participanții din ambele grupuri vor fi rugați să prezinte observațiile. Care a fost tema aleasă? Întrebările au fost potrivite pentru temă? Cum au fost formulate? Au simțit că persoana intervievată s-a închis? Care a fost cauza? Cine a vorbit mai mult în focus grup? Cum au fost stimulați participanții mai tăcuți să intervină etc. Timp alocat: 45 minute (15 minute pregătire, 15 minute joc de rol, 15 minute debriefing).

9.3. Analiza datelor secundare

Datele secundare presupun existența unui sondaj deja efectuat la scară națională sau internațională. Ele oferă informații credibile, reprezentative pentru populație, dezagregate de cele mai multe ori pe regiuni/județe. Datele sunt în majoritatea cazurilor publice.

Care sunt sursele de astfel de date în sănătate?

- European Health for All - bază de date a OMS Europa <https://gateway.euro.who.int/en/datasets/european-health-for-all-database/>
- Eurostat <https://ec.europa.eu/eurostat/web/health/overview>

- OCDE Health Data <http://www.oecd.org/els/health-systems/health-data.htm>
- World development indicators – World Bank <http://datatopics.worldbank.org/world-development-indicators/themes/people.html#health>
- Institutul Național de Statistică – baze de date pe sănătate (<http://statistici.insse.ro/shop/index.jsp?page=tempo2&lang=ro&context=30>) și rapoarte

Alte surse de date (prin cereri de informații conform Legii nr. 544/2001 privind liberul acces la informații de interes public <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/31413>):

- Ministerul Sănătății
- Institutul Național de Sănătate Publică
- Direcțiile Județene de Sănătate Publică
- Casele naționale de asigurări de sănătate etc.

Secțiunea 10. Strângerea de fonduri

Obiectiv de învățare: la finalul acestei secțiuni participanții vor fi capabili să elaboreze o strategie de fundraising

Timp alocat: 30 minute

Materiale necesare: coli, flipchart, markere, handouts, videoproiector.

Multe dintre campaniile de advocacy din România se bazează exclusiv pe resursele limitate ale membrilor rețelei/coaliției. Dar un fundraiser este extrem de util în cazul în care campania de advocacy este de durată, iar opoziția este puternică (ex. în cazul campaniei pentru interzicerea fumatului, membrii coaliției România Respiră au avut de-a face cu reprezentanții industriei tutunului, opoziția a fost foarte puternică, iar resursele puse în joc au necesitat suplimentări). În condițiile competiției pentru resurse, fundraisingul necesită abilități specifice, pe care nu oricine le are. De aceea, rețeaua poate avea în vedere anjagarea unei persoane care să se ocupe în mod creativ de identificarea și accesarea resurselor financiare. Uzual, coalițiile accesează granturi pe proiecte, fie prin membrii lor, fie ca entitate comună. Acest lucru este însă posibil dacă activitățile planificate sunt eligibile în cadrul unor astfel de granturi. Oricare ar fi situația, este bine ca rețeaua să-și facă o strategie de fundraising.

Cum gândim o strategie de fundraising?

În primul rând vom identifica potențialele metode și surse de finanțare.

Metode de strângere de fonduri:

- Perceperea unei cotizații pentru membrii rețelei/coaliției
- Organizarea unor evenimente de fundraising: festivaluri, baluri, concursuri în care se plătește pentru participare etc.
- Solicitarea de donații (bani, muncă voluntară, produse/echipamente, spații etc.) și sponsorizări
- Vânzarea de produse diverse
- Depunerea de proiecte pentru obținerea de granturi naționale, internaționale, locale
- Închirierea diverselor spații pe care membrii le dețin
- Organizarea de licitații pentru diverse obiecte etc.

În cazul folosirii diverselor metode de strângere de fonduri, membrii rețelei trebuie să se asigure că respectă legislația în vigoare.

Uneori, companiile care își desfășoară activitatea în comunitățile locale sunt dispuse să doneze pentru activități din campania de advocacy, dar aceste donații pot veni la pachet cu anumite condiții. Membrii rețelei trebuie să analizeze condițiile și să refuze donația dacă acestea contravin obiectivelor de advocacy ale rețelei sau sunt de natură să compromită imaginea membrilor.

O strategie bună de a extinde sprijinul și a-l transforma în posibil sprijin financiar este includerea în rețea a unor angajați ai unor companii multinaționale, care ar putea promova activitățile rețelei în propriile companii.

În cazul în care organizațiile membre au beneficiat de fonduri de la autorități publice locale, iar acestea ating ținta campaniei de advocacy, acestea trebuie să fie foarte atente la modul în care folosesc banii publici. Ca regulă generală, rețeaua nu poate obține bani de la diverse ministere pentru campanii de advocacy a căror țintă sunt instituțiile publice centrale.

Exemplu de campanie de fundraising pentru apă curată
<https://www.youtube.com/watch?v=UE9UvT5ujyg>.

Secțiunea 11. Implementarea campaniei. Elaborarea planului de acțiune

Obiectiv de învățare: la finalul acestei secțiuni participanții vor fi capabili să elaboreze un plan de implementare pentru campania de advocacy

Timp alocat: 2 h

Materiale necesare: coli, flipchart, markere, handouts, videoproiector, slide-ul *Pași în procesul de advocacy*.

Planul de implementare (de acțiune) este transpunerea cunoștințelor și abilităților dobândite până acum într-o formă care poate fi aplicată și urmărită cu ușurință. Monitorizarea și evaluarea campaniei, despre care s-a discutat într-o secțiune anterioară, au de asemenea ca referință planul de implementare. Plecând de la obiectivele de advocacy formulate anterior, se vor stabili activități specifice care vor contribui la atingerea obiectivelor, resursele necesare, persoana/organizația responsabilă și termenul de realizare.

Exercițiu sugerat:

26. Planul de implementare. Participanții vor lucra în aceleași grupuri în care au elaborat obiectivele de advocacy. Li se va reaminti că până acum au: identificat problema, scopul și obiectivele, au identificat actorii țintă și au evaluat sprijinul și opoziția pentru fiecare obiectiv, au elaborat mesaje pentru actorii țintă cheie și au revizuit metode de colectare a datelor pentru fundamentarea mesajelor campaniei. Acum trebuie să hotărască dacă vor lucra simultan pe cele trei obiective de advocacy sau le vor lua pe rând. În cel de-al doilea caz, vor stabili ordinea logică în care vor aborda obiectivele. Apoi celor 3 grupuri li se va distribui formularul Plan de implementare, împreună cu exemplul completat.

Plan de implementare

Obiectiv:			
Activitate	Resurse necesare	Responsabil	Durată

Exemplu

Obiectiv: Să convingă Școala nr. X din localitatea Y să introducă un program pilot de educație pentru alimentație sănătoasă a copiilor din clasele I – IV pentru anul școlar 2019 - 2020			
Activitate	Resurse necesare	Responsabil	Durată
Solicitarea permisiunii de a participa la ședința Consiliului de administrație al școlii pentru prezentarea ideii	Contactul directorului/altui membru al Consiliului de administrație	Coordonatorul rețelei	1 săptămână (5 – 9 noiembrie)
Elaborarea materialelor suport: prezentare scurtă a situației actuale și consecințelor alimentației necorespunzătoare asupra sănătății și performanței școlare a copilului; exemplu de program similar aplicat în școli din alte țări UE.	Date statistice Hârtie Imprimantă Acces Internet	Cercetătorul & persoana de comunicare a rețelei	2 săptămâni (12 – 30 noiembrie)
Participarea la ședința Consiliului de administrație pentru a prezenta programul pilot și a asigura suportul conducerii școlii.	Materiale (factsheet, exemplu din alt stat) Cărți de vizită/broșură cu datele de contact Persoane cu foarte bune abilități de comunicare	Coordonatorul rețelei & persoana de comunicare	2 luni (1 decembrie – 30 ianuarie)

Sursa: adaptare după Networking for policy change: an advocacy training manual.

Fiecare grup va lucra pe propriul obiectiv, care va fi scris pe formular. Activitățile necesare atingerii obiectivului trebuie să fie detaliate, pentru fiecare activitate trebuie notate resursele, persoana responsabilă și timpul alocat derulării acesteia. După 30 de minute, fiecărui grup I se va cere să-și prezinte planul. Fiecare plan va fi discutat pe rând în grupul mare: cât de realiste sunt activitățile și ordinea logică a acestora, modul în care contribuie la obiectivul ales, cât de potrivite sunt resursele alocate și intervalul de timp alocat etc. Timp alocat: 45 minute

Secțiunea 12. Monitorizare și evaluare

Obiectiv de învățare: la finalul acestei secțiuni participanții vor fi capabili să elaboreze un plan de monitorizare și evaluare pentru campania de advocacy

Timp alocat: 1 h 30 min.

Materiale necesare: coli, flipchart, markere, handouts, videoproiector, slide Plan de implementare.

În situațiile implementării unui proiect, plan etc. informațiile obținute pe parcurs sunt foarte importante pentru adoptarea unor acțiuni corective, pentru evitarea riscurilor și exploatarea unor oportunități. În ciuda acestui fapt, majoritatea organizațiilor văd monitorizarea ca pe o cerință a finanțatorului, iar informațiile culese prin Monitorizare se opresc în rapoarte, nefiind folosite pentru dezvoltarea organizației. Lucrurile se petrec asemănător în cazul evaluării, percepută ca o etapă fără de care finanțarea nu poate continua, deci formal, mai degrabă decât formativ.

În cazul campaniei de advocacy, monitorizarea și evaluarea fac legătura între rețea, activități și rezultate, adică succesul sau eșecul acesteia, contribuind la construirea credibilității rețelei.

Monitorizarea presupune culegerea de informații despre **activitățile** campaniei, care vor fi folosite în managementul rețelei și în luarea deciziilor. Aceste informații sunt importante în toate etapele procesului de implementare a campaniei de advocacy – elaborarea, implementarea, managementul și evaluarea activităților – și permit rețelei să identifice strategiile care au funcționat cu succes. Flexibilitatea procesului implică primirea și integrarea feedbackului în toate etapele campaniei de advocacy. Feedbackul poate fi corectiv – corectează deviațiile de la scopul propus și de dezvoltare – îmbunătățește strategia/sistemul (Mattson & Lam, 2016). Monitorizarea presupune instrumente de culegere a datelor și procese de analiză. Monitorizarea se referă la urmărirea implementării activităților.

Evaluarea este analiza sistematică a **rezultatelor** campaniei, a performanței rețelei și impactului acesteia în raport cu obiectivele de advocacy. Are scopul de a îmbunătăți experiențele viitoare printr-o analiză critică a realizărilor și prin recunoașterea meritelor membrilor rețelei. Evaluarea se referă la rezultatele activităților.

Exercițiu sugerat:

27. Elaborarea Planului de monitorizare și evaluare. Participanții se impart în 2 grupuri egale. Unul va lucra pe Monitorizare, celălalt pe Evaluare.

Sarcini grup Monitorizare:

Având în vedere Planul de implementare, răspundeți la următoarele întrebări:

- De ce vor fi monitorizate activitățile din planul de implementare?
- Ce trebuie monitorizat?
- Cine este responsabil cu colectarea și analiza informației?
- Când se face monitorizarea?
- Care sunt sursele de informații pentru Monitorizare?

Sarcini pentru grupul Evaluare:

Având în vedere Procesul de advocacy, elaborați câte 2 întrebări de evaluare pentru fiecare dintre stadiile strategiei de advocacy de mai jos:

- Problemă
- Scop/obiective
- Actori țintă
- Elaborarea mesajului
- Colectarea datelor
- Monitorizare și evaluare

Ex. pt elaborarea mesajului: Cum au răspuns actorii țintă la mesajul de advocacy? Ce acțiuni au fost făcute ca rezultat al mesajului de advocacy?

La sfârșit ambele grupuri vor prezenta rezultatele pe flipchart. Acestea vor fi multiplicare și înmânate participanților ulterior. Timp alocat: 45 minute.

Secțiunea 13. Studii de caz

13.1. Programul de asistență nutrițională suplimentară (The supplemental nutrition assistance program – SNAP) – SUA

Istoric

SNAP este o inițiativă care a început în 1943, destinată familiilor cu venituri mici. În 4 ani de la debut, numărul beneficiarilor programului se ridica la 20 milioane. SNAP oferea beneficiarilor produse cunoscute ca având o legătură directă cu creșterea în greutate: mâncarea junk și sucurile acide. Odată cu studiile care au arătat că prevalența obezității în rândul populației cu venituri mici este mai mare decât în rândul populației cu venituri medii și mari, s-a pus problema dacă nu cumva fondurile federale sunt folosite în realitate pentru un program care va crește în timp povara asupra sistemului american de sănătate, contribuind la creșterea prevalenței obezității și bolilor asociate acestora în rândul populației sărace.

Programul are la bază mai multe reglementări, printre care și Legea Alimentației și Nutriției (2008), care-și propune, printre altele, îmbunătățirea sănătății populației prin educația pentru o alimentație sănătoasă și îmbunătățirea accesului la alimentația sănătoasă.

Probleme de politici

- Asocierea comportamentelor de consum și alegerilor personale ale populației cu venituri mici cu o rată crescută a obezității
- Impactul disproporționat al unui program guvernamental asupra populației cu venituri mici – contribuie la creșterea inechității sociale

Argumentare

Au fost făcute mai multe studii care evidențiază legătura între indexul masei corporale (indicator al obezității) și fluctuația prețurilor produselor alimentare. Astfel, Chou și colaboratorii au descoperit că creșterea prețului produselor fast-food și scăderea prețului legumelor și fructelor sunt asociate cu un index mai mic al masei corporale. Alte studii au arătat că numărul mai mare de supermarketuri, consumul mai mare de fructe și legume și o alimentație mai sănătoasă sunt asociate cu un indice mai mic al masei corporale. În general, în zonele sărace populația cu venituri mici este forțată să cumpere din magazinele disponibile, de cele mai multe ori fast-food-uri, produse alimentare cu valoare nutritivă redusă. Alți autori au arătat folosind modele matematice faptul că o reducere cu 20% a prețului fructelor și legumelor conduce la o scădere semnificativă a indicelui masei corporale în rândul beneficiarilor SNAP.

Propunere

Inițiativa populație sănătoasă – proiect pilot al Departamentului pentru Sănătate și Servicii destinate populației al SUA împărtășește obiectivele Legii alimentației și nutriției și își propune să:

1. opereze schimbări structurale în SNAP astfel încât să ofere populației cu venituri mici alternative de alimentație sănătoasă la costuri mici;

Cum?

- prin reducerea prețului la alimentele sănătoase – legume și fructe
- prin încurajarea aprovizării și magazinelor alimentare să ofere alimente sănătoase – stimulente cum sunt rambursările, subvențiile, reducerile de taxe

2. campanii educaționale menite să schimbe în final comportamentul beneficiarilor programului spre alegeri alimentare sănătoase.

Cum?

- mai multe produse alimentare sănătoase cumpărate la prețul unor alimente fast-food
- postarea de pliante/informații în magazinele alimentare și aprozare care să încurajeze consumul alimentelor sănătoase
- prin vânzarea de fructe și legume proaspete, magazinele alimentare cresc traficul clienților

Populația țintă

Beneficiarii programului SNAP din zona săracă de sud a orașului Chicago și cartierele locuite de populația cu venituri mici care aparțin acestei zone. Alocația de hrană este calculată pornind de la premiza că aproximativ 30% din cheltuielile familiilor beneficiare de SNAP sunt pentru mâncare. Alocația este transferată printr-un card electronic beneficiarului, care o poate utiliza pentru cumpărarea produselor alimentare din aprozare și magazinele alimentare autorizate.

Intervenția

Aduce împreună coaliția Parteneriat pentru Prevenție și metodologia programului CDCynergy a Centrului pentru Prevenirea și Controlul Bolilor (CDC), care oferă cadrul implementării strategiilor de comunicare pentru probleme de sănătate publică și pașii pentru implementarea intervenției.

Intervenția se va centra pe:

- furnizorii de alimente din programul SNAP
- beneficiarii programului prin alternative sănătoase la costuri mici și marketing – alegeri alimentare

Ambele intervenții se vor întâmpla simultan, pentru a maximiza impactul programului pilot.

Colectarea datelor

În prezent nu sunt disponibile decât date parțiale despre produsele cumpărate de beneficiari prin programul SNAP. Opozanții ideii de a urmări produsele cumpărate au fost marii producători de pe piață, respectiv compania Coca Cola, Kraft Foods și Corn Refiners of America care au beneficiat de altfel din plin de subvenții prin SNAP.

Proiectul pilot va impune obligativitatea colectării și raportării publice a datelor atât despre vânzările fiecărui retailer cât și despre vânzările fiecărui produs. Aceste date sunt esențiale pentru evaluarea impactului programului.

Timp alocat

5 ani, datorită dificultății cu care se produc schimbări în comportamentul de consum al beneficiarilor și, implicit, în indicele de masă corporală (a cărei măsură va fi nu reducerea, ci stabilizarea), precum și a inerției cu care retailerii vor reacționa la noile stimulente de a introduce produse sănătoase (produsele vor fi introduse treptat).

Monitorizarea și evaluarea

Datele sunt deja colectate în mod regulat. Programul va fi evaluat după 5 ani de către o echipă independentă de interesele comercianților.

Indicatori de evaluare: 1. indicele de masă corporală după 5 ani pentru persoanele cu venituri mici, 2. consumul de băuturi carbogazoase și mâncare fast food în rândul persoanelor cu venituri mici, 3. consumul de fructe și legume în rândul persoanelor cu venituri mici.

Concluzie

Programul pilot demonstrează faptul că interesele convergente ale stakeholderilor: populație, politicieni și comercianți pot fi împăcate printr-o strategie de tip win-win, în care nici guvernul nu subminează sănătatea populației pe care o reprezintă (ceea ce ar crește costurile de îngrijiri medicale pe termen lung), nici comercianții nu pierd (pentru că primesc subvenții și reduceri de taxe), iar prevalența supraponderalității și obezității în rândul populației sărace se va diminua (contribuție la echitatea socială).

Sursa: Bhattacharya, D. 2013. Public health policy. Issues, theories and advocacy: 353 – 361

13.2. Adoptarea legislației privind interzicerea fumatului în spațiile publice în România. Campanie a Coaliției România Respiră, actualmente Coaliția 2035 Fără Tutun

Contextul național și internațional al adoptării legislației privind interzicerea fumatului în spații publice

Din 2014 până în 2018 au fost adoptate 2 legi în acest domeniu, este vorba despre legea interzicerii fumatului în spații publice – legea 15/2016, respectiv legea prin care se transpune Directiva europeană 2014/40/CE privind produsele din tutun – legea 201/2016. Aceasta din urmă a avut caracter obligatoriu. România a avut un termen până la care să transpună Directiva. E adevărat că a fost transpusă cu oarecare întârziere – legea a fost adoptată în noiembrie 2016, termenul de transpunere a fost în mai 2016, dar nu au fost repercursiuni din partea comisiei. În ceea ce privește legea 15/2016 privind interzicerea fumatului în spațiile publice, chiar dacă proiectul de lege a fost depus în Parlament în 2010, proiectul a fost reluat în 2015 de doamna deputat Aurelia Cristea și apoi tot dumneaei a fost responsabilă de activarea societății civile. La un grup mic care la început număra 2 – 3 ONG-uri s-au raliat foarte multe altele, inclusiv societăți profesionale, printre care Societatea Română de Pneumologie, Societatea Română de Cardiologie, asociații de tineri. Au fost în jur de 300 ONG-uri, la care s-au raliat și personalități publice, cu dorința reală de a nu se mai fuma în spațiile publice. Totul a pornit de la o inițiativă a unor parlamentari, societatea civilă s-a implicat foarte mult și în final Parlamentul a adoptat legea. Factorul decizional era total neobisnuit ca societatea civilă să vină și să ceară un loc la masa decizională. Chiar la nivelul comisiilor de sănătate din Parlament sau la nivelul Ministerului Sănătății a fost dificilă acceptarea punctului de vedere al societății civile. Coaliția s-a lovit de lipsa de experiență și chiar de ostilitate din partea factorilor de decizie. Partea dificilă e că în zona de sănătate publică orice decizie se lovește de opoziția care are la bază interese comerciale. Pentru că factorii determinanți ai sănătății au impact asupra intereselor comerciale, fie că vorbim de tutun, fie de alcool etc. Chiar dacă la nivel teoretic toată lumea e de acord că trebuie făcut ceva, în realitate disponibilitatea factorului decizional de a lua decizii ferme și consecvente este destul de mică.

Obstacole în adoptarea legilor

În cazul transunerii Directivei obstacolele au provenit exclusiv de la industria tutunului, care a încercat să relaxeze legislația, chiar dacă acest lucru ar fi însemnat ca România să intre în procedura de infridgement. În cazul Legii 15, obstacolele au venit de la persoane fizice, fumători, care s-au simțit lezați și agresați. Printre aceștia au fost și parlamentari, care au întârziat adoptarea legii din motive exclusiv personale. Chiar dacă industria tutunului este implicată în întârzierea legislației, în cazul legii respective obstacolele au provenit nu atât de la industria tutunului, cât de la interesele personale, de la confortul personal. A mai fost un obstacol, reprezentat de importatorii și distribuitorii de trabucuri, deoarece ei

vroiau să se permită fumatul de trabucuri. În mod neașteptat, opoziția nu a venit din partea patronatului din HORECA, ba din contră, aceștia chiar au sprijinit adoptarea legii, pentru că ei nu erau împotriva interzicerii fumatului în spațiile publice ci erau împotriva unor excepții.

Oportunități la momentul respectiv

Directiva trebuia să fie transpusă. În cazul legii pentru interzicerea fumatului în locurile publice, aderarea României la UE, care a permis deschiderea granițelor și contactul populației cu cultura din alte state a facilitat experiența muncii în locuri în care nu se fumează și experiența distracției în locuri în care nu se fumează (restaurante, cluburi, discoteci). Nefumătorii sunt majoritari în România ca și în alte țări europene și atunci când au văzut că poți să trăiești foarte bine și fără să fumezi în locuri publice, au susținut inițiativa. Apoi tragedia de la Colectiv a arătat foarte clar ce se poate întâmpla dacă fumezi în spațiile publice închise. În septembrie 2015 când s-a redeschis sesiunea parlamentară, proiectul de lege era aproape depus la sertar, adică politicienii nu prea mai doreau să-l voteze. După ceea ce s-a întâmplat la Colectiv, practic într-o lună de zile legea a fost adoptată.

Susținătorii și opoziții proiectului de lege

Această lege (legea nr. 15/2016) nu a fost susținută de nicio instituție a statului. Ministerul Sănătății si-a dat avizul pozitiv, fără să pună o presiune suplimentară. Societatea civilă, inclusiv societățile profesionale, au fost cele care au pus presiune pe parlamentari să adopte legea. Industria farmaceutică s-a implicat tangential, chiar neavând produse care să adreseze renunțarea la tutun, dar fiind vorba de prevenție au susținut acest lucru. Surprinzător, în România industria hospitalității nu a fost un oponent puternic pentru că au fost implicați foarte devreme în proces și plângerile lor au fost adresate devreme. Industriile celelalte – tutun, asociațiile micilor retaileri sunt și vor fi în continuare oponenți majori. Ministerul Finanțelor a fost mai degrabă presat din zona oponenților de date, dar era evident din studiile europene ca impactul nu era major. Consiliul Concurenței a fost un oponent datorită interferenței industriei tutunului, mai degrabă decât dintr-o divergență fundamentală de poziție. Apoi s-a format un nucleu de interese în jurul industriei tutunului și importatorilor de trabuc, care a fost sursa atacurilor asupra legii adoptate (au fost trei încercări succesive de revenire la forma inițială) pe care Coaliția le-a apărut. Acesta a fost grupul care a depus amendamentele la lege și a depus plângerea la Curtea Constituțională. Ultima acțiune, la Curtea Constituțională, s-a finalizat cu cea mai articulată pledoarie pentru sănătatea publică și pentru conceptul de sănătate în toate politicile (în toate deciziile sănătatea și viața omului trebuie să prevaleze), așa că a fost de folos Coaliției și campaniei.

Leadership

Doamna Aurelia Cristea a fost principalul promotor, căreia i s-au alăturat ulterior alți decidenți. Inițiativa nu a aparținut unui anumit partid.

Evaluările de impact ale proiectului de lege

În ambele cazuri evaluările au fost făcute de Comisia Europeană. Pentru proiectul de lege privind interzicerea fumatului în locurile publice a fost făcută o evaluare de impact în 2010 – 2011. Pentru transpunerea Directivei 2014/40/CE, analiza de impact a fost făcută la nivel European (se face pentru orice astfel de act), așa că nu s-a considerat necesară efectuarea unui studiu specific pe România. Practic au fost extrapolate date disponibile la nivel European. Au fost folosite și date specifice pentru România, dar nu au fost adunate într-o evaluare de impact coerentă.

Procesul adoptării legii privind interzicerea fumatului în spații publice

În 2010 doamna Manuela Mitrea a depus proiectul de lege care prevedea interzicerea fumatului doar în instituțiile publice. Doamna Aurelia Cristea a completat acest proiect de lege extinzând interdicția la toate spațiile închise. Practic a fost o inițiativă parlamentară, proiectul de lege a pornit de la parlamentari, dar aceștia au beneficiat de expertiza societăților profesionale, în special a Societăților Române de Pneumologie și Cardiologie și a unor persoane angajate în structuri de sănătate publică, de exemplu în Institutul Național de Sănătate Publică.

Rolul Comitetului interministerial pentru coordonarea politicilor privind tutunul și a produselor aferente

Comitetul interministerial respectiv a fost creat pentru a redacta proiectul de lege pentru transpunerea Directivei 2014/40/CE și pentru a ajunge la un consens în interiorul guvernului, între ministere, în privința acestuia. Pentru că Directiva acoperea mai multe domenii, nu doar sănătatea și trebuia să se grăbească procesul și adoptarea proiectului de lege în guvern.

Monitorizarea implementării legislației

Monitorizarea implementării celor două legi nu este prevăzută în legislație. Este în schimb prevăzut controlul aplicării acestora și autoritățile de control. Aplicarea legii privind interzicerea fumatului în spațiile închise este verificată de MAI, dar în special de poliția locală, iar pentru Directivă – Legea 201, controlul este făcut de ANPC cu Ministerul Sănătății și Ministerul Finanțelor, fiecare pe zona sa de atribuții.

Provocările procesului de advocacy pentru Coaliție

Lipsa de expertiză a organizațiilor a fost o provocare importantă. Oamenii nu erau obișnuiți la început de 2015 cu modelul de advocacy. Înțelegerea și așteptările membrilor coaliției erau diferite. Unii au făcut asta ca parte din viziunea strategică, alții din convingere și a trebuit să netezim colțurile care au apărut pentru a forma o viziune și a avea o implicare pe termen lung. Au fost divergențe serioase, dar nu legate de scop ci de cum ar trebui să fie făcute anumite lucruri/acțiuni. A fost important că pe de o parte cineva a coordonat structura asta și apoi fiecare a primit un anumit rol – cine se ocupă de partea științifică, cine de comunicare etc. În momentul în care aceste lucruri s-au stabilit, totul s-a clarificat și Coaliția a crescut odată cu încrederea membrilor. Membrii au învățat din mers. În aceeași formulă Coaliția funcționează și acum, după 3 ani. Lipsa de resurse (organizațiile au venit doar cu resursele proprii) a fost altă problemă la început, pentru că de partea celalaltă a baricadei au fost industriile potente financiar. Ulterior au fost accesate granturi care au adus o contribuție importantă la campania de advocacy.

Resursele implicate

Fiecare organizație a venit cu resurse proprii în acest demers. Societățile medicale au lucrat pe partea de comunicare, materiale, evenimente punctuale. ONGurile de tineret și cele pentru mamă și copil au pus resursele de timp la dispoziție. Resursele au fost mai degrabă în natură. În 2016 – etapa a 2-a de apărare - pentru că au urmat atacuri succesive - am apelat la un grant internațional și atunci am putut face studii de piață și un poll care a urmărit nivelul de susținere publică pe care l-am obținut în campanie. A fost dezbaterea inițială făcută de doamna Cristea la Cluj și apoi poll-ul de susținere publică pentru campanie. Tema era polarizantă și presupunea o disociere personală a subiectului față de aceasta (multe persoane nu reușeau să disocieze statutul personal de fumător de temă, care era antifumat). Pentru că oamenii au perceput asta ca pe o libertate personală.

Scopul Coaliției România Respiră, în prezent Coaliția 2035 fără tutun

După adoptarea Legii 15/2016, care modifică Legea 349/2002 privind prevenirea și combaterea efectelor consumului produselor din tutun, Coaliția România Respiră a continuat să funcționeze în aceeași formulă,

dar cu alt nume: Coaliția 2035 fără tutun. Dincolo de fumatul în spații publice toți membrii au fost de acord că scopul final este schimbarea situației pentru generațiile viitoare – reducerea fumatului. În aceeași modalitate a grupului de expertiză tehnică s-a pus cap la cap acea strategie (Strategia „2035 – Prima Generație fără Tutun a României”) în care am modelat diverse modalități de acțiune/măsuri la specificul României. Intervalul de timp pentru ca prevalența fumatului la grupa de vârstă 13 – 15 ani să scadă la jumătate. Asta înseamnă prevenirea debutului, în care componenta educațională este importantă, dar nu suficientă. E nevoie de legi care să reglementeze expunerea copilului la diverse și de implementarea legislației, respectiv aplicarea de sancțiuni.

Acest material a fost realizat pe baza interviurilor cu doi experți din domeniul sănătății, implicați în procesul de advocacy pentru adoptarea legislației privind interzicerea fumatului în spațiile închise în România.

Bibliografie

Bhattacharya, D., (2013). Public Health Policy. Issues, theories, and advocacy. John Wiley & Sons, Inc., San Francisco

Mattson, M., Lam, C. (2016) Health Advocacy. A communication approach. Peter Lang Publishing, Inc., New York

Lustig, S., L., (editor). (2012) Advocacy strategies for health and mental health professionals. Springer Publishing Company, LLC, New York

World Health Organisation (2015) Health in all policies: training manual.

Resurse online:

Dicționar juridic. Disponibil la <https://legeaz.net/dictionar-juridic/procedura-legislativa-in-romania>, Accesat la 18.09.2018

Strategie din 28 iunie 2006 pentru îmbunătățirea sistemului de elaborare, coordonare și planificare a politicilor publice la nivelul administrației publice centrale. Disponibil la <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/73768>, Accesat la 18.09.2018

Hotărâre de Guvern nr. 775/2005 pentru aprobarea Regulamentului privind procedurile de elaborare, monitorizare și evaluare a politicilor publice la nivel central. Disponibil la <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/63743>. Accesat la 20.09.2018

Lege nr. 24/2000 privind normele de tehnică legislativă pentru elaborarea actelor normative. Disponibil la <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/126884>. Accesat la 20.09.2018

Networking for policy change: an advocacy training manual. (1999). The Policy Project. The Futures Group International, Washington Disponibil la <http://www.policyproject.com/pubs/AdvocacyManual.cfm>. Accesat la 28.08.2018

<https://web.stanford.edu/class/ed284/.../Broken/BC&Stext.doc>. Accesat la 11.10.2018

ANEXE

ANEXA 1 – LISTĂ DE VERIFICARE PENTRU ACTIVITĂȚILE CAMPANIEI

I. CUM NE ASIGURĂM CĂ ACTIVITĂȚILE CAMPANIEI CONTRIBUIE LA ATINGEREA SCOPULUI?

O abordare din perspectiva teoriei schimbării

1. Care este schimbarea pe care ne-o dorim?

Ex. stoparea violenței domestice

2. Care sunt condițiile schimbării?

Ex. cadru legislativ de sancționare, structuri instituționale funcționale, mecanisme de referral, populație educată etc.

3. Care este rolul coaliției/rețelei?

Gândiți-vă la resursele pe care le-ați identificat în acest modul: expertiză, rețele etc.

4. Cum stabilim progresul?

Ex.

- *întâlnire cu oficiali din Ministerul de Interne, Ministerul Sănătății și Ministerul Muncii – 6 luni*
- *alternativă de politică elaborată în consultare cu experți din ministere – 12 luni*
- *politică aprobată – 18 luni*
- *buget alocat – 24 luni*

ANEXA 2. PROPUNEREA DE POLITICĂ PUBLICĂ – definiție și structură

Extras din Ghid pentru planificarea și fundamentarea procesului decizional în administrația publică locală, 2018; p. 12 – 13. Disponibil la <http://poca.ro/wp-content/uploads/2016/04/Anexa-VI-Ghid-APL.pdf>, Accesat la 28.09.2018.

c) Propunerea de politică publică este un document de politică publică destinat rezolvării unor probleme de politică publică specifice în cazul în care există mai multe variante posibile de rezolvare sau dacă este necesar un acord conceptual privind fondul reglementării normative. O propunere de politică publică poate genera unul sau mai multe acte normative.

Structura propunerii de politică publică include:

SECȚIUNEA 1. Argumente pentru inițierea propunerii de politică publică

Repere în definirea problemei

- Care este problema care necesită acțiunea Guvernului?
- Care sunt cauzele și efectele problemei?
- Prezentarea datelor statistice care susțin definirea problemei.
- Ce grupuri sunt afectate și în ce măsură?
- Ce implicații ar putea avea lipsa de acțiune guvernamentală în domeniu?

SECȚIUNEA a 2-a. Scopul și obiectivele propunerii de politică publică

- scopul propunerii de politică publică;
- obiectivele generale;
- obiectivele specifice;
- obiectivele operaționale.

SECȚIUNEA a 3-a. Descrierea opțiunilor de soluționare a problemei/problemelor identificate

- Se vor descrie minimum 3 opțiuni, inclusiv scenariul de referință.

SECȚIUNEA a 4-a. Identificarea și evaluarea impactului

Pentru fiecare dintre opțiunile descrise în cadrul secțiunii a 3-a vor fi evaluate următoarele tipuri de impact:

4.1. Impactul economic și asupra mediului de afaceri. Pentru fiecare dintre opțiunile identificate se vor estima:

- impactul macroeconomic;
- impactul asupra investițiilor publice;
- impactul asupra mediului concurențial și domeniului ajutoarelor de stat;
- impactul asupra mediului de afaceri;
- impactul asupra întreprinderilor mici și mijlocii;
- impactul asupra serviciilor publice furnizate de instituțiile administrației publice centrale și locale;
- cuantumul beneficiilor economice;
- cuantumul costurilor economice.

4.2. Impactul bugetar și financiar. Pentru fiecare dintre opțiunile identificate se vor estima:

- costurile și veniturile generate de inițiativă asupra bugetului de stat, precum și impactul, plus/minus, rezultat;
- costurile și veniturile generate de inițiativă asupra bugetelor locale, precum și impactul, plus/minus, rezultat.

4.3. Impactul social. Pentru fiecare dintre opțiuni se vor descrie:

- impactul asupra grupurilor-țintă identificate;
- impactul asupra grupurilor vulnerabile așa cum sunt definite de art. 6 lit. p) din Legea asistenței sociale nr. 292/2011, cu modificările ulterioare;
- impactul asupra serviciilor sociale.

4.4. Impactul asupra mediului înconjurător. Pentru fiecare dintre opțiuni se vor descrie și estima:

- impactul asupra utilizării resurselor naturale;
- impactul asupra speciilor protejate, habitatelor naturale, ariilor protejate și peisajelor;
- impactul asupra calității mediului.

SECȚIUNEA a 5-a. Selectarea opțiunii

Va fi prezentată detaliat opțiunea selectată argumentându-se decizia inițiatorului în acest sens.

SECȚIUNEA a 6-a. Procesul de consultare publică

Se va întocmi un raport al consultării publice ce va fi anexat propunerii de politică publică și care va conține informații cu privire la:

- asociațiile legal constituite consultate;
- fundamentarea alegerii acestora;
- recomandările propuse de organizațiile neguvernamentale,
- recomandările relevante acceptate de inițiator, precum și cele neacceptate însoțite de o scurtă justificare a nepreluării lor.

SECȚIUNEA a 7-a. Măsurile postadoptare

Vor fi incluse informații cu privire la:

- actele normative subsecvente ce urmează a fi elaborate după adoptarea propunerii de politică publică și termenele estimate pentru aprobarea acestora de către Guvern sau Parlament;
- alte măsuri ce sunt necesare ca urmare a adoptării propunerii de politică publică și termenele aferente realizării lor;
- descrierea modalității în care se va monitoriza și evalua implementarea propunerii de politică publică. Descrierea indicatorilor utilizați în acest sens.

Legislație de referință:

H.G. 870/2006 privind aprobarea Strategiei pentru îmbunătățirea sistemului de elaborare, coordonare și planificare a politicilor publice la nivelul administrației publice centrale.

H.G. nr. 775/2005, propunerea de politică publică este necesară în cazul inițierii unor politici a căror implementare se realizează prin acte normative care nu au caracter individual, nu aprobă norme

metodologice prevăzute prin lege, nu supun ratificării sau aprobării acte cu caracter internațional și nu transpun în legislația internă normele comunitare (Cap. I, Art. 2).

H.G. nr. 523/2016 privind modificarea și completarea Regulamentului privind procedurile de elaborare, monitorizare și evaluare a politicilor publice la nivel central, aprobat prin H.G. nr. 775/2005.

ANEXA 3. LEGISLAȚIE RELEVANTĂ

Selecție a articolelor de interes pentru Modulul de Advocacy din actele normative în vigoare

Legea nr. 24/2000 privind normele de tehnică legislativă pentru elaborarea actelor normative
http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/54722#id_artA301

Art. 1 (3) Activitatea de legiferare reprezintă principală modalitate de implementare a politicilor publice.

Art. 2 (2) Normele de tehnică legislativă definesc părțile constitutive ale actului normativ, structura, forma și modul de sistematizare a conținutului acestuia, procedeele tehnice privind modificarea, completarea, abrogarea, publicarea și republicarea actelor normative, precum și limbajul și stilul actului normativ.

Art. 3 (1) Normele de tehnică legislativă sunt obligatorii la elaborarea proiectelor de lege de către Guvern și a propunerilor legislative aparținând deputaților, senatorilor sau cetățenilor, în cadrul exercitării dreptului la inițiativă legislativă, la elaborarea și adoptarea ordonanțelor și hotărârilor Guvernului, precum și la elaborarea și adoptarea actelor normative ale celorlalte autorități cu asemenea atribuții.

Art. 4 (2) Categoriile de acte normative și normele de competență privind adoptarea acestora sunt stabilite prin Constituția României, republicată, și prin celelalte legi.

Art. 6 (2) Pentru fundamentarea noii reglementări se va porni de la dezideratele sociale prezente și de perspectivă, precum și de la insuficiențele legislației în vigoare. (3) Proiectele de acte normative se supun spre adoptare însoțite de o expunere de motive, o notă de fundamentare sau un referat de aprobare, precum și de un studiu de impact, după caz. (4) Actele normative cu impact asupra domeniilor social, economic și de mediu, asupra bugetului general consolidat sau asupra legislației în vigoare sunt elaborate pe baza unor documente de politici publice aprobate de Parlament sau de Guvern.

Art. 7. (1) Evaluarea preliminară a impactului proiectelor de lege, a propunerilor legislative și a celorlalte proiecte de acte normative reprezintă un set de activități și proceduri realizate cu scopul de a asigura o fundamentare adecvată a inițiativelor legislative. Evaluarea preliminară a impactului presupune identificarea și analizarea efectelor economice, sociale, de mediu, legislative și bugetare pe care le produc reglementările propuse.

(3[^]1) Propunerile legislative, proiectele de legi și celelalte proiecte de acte normative vor fi însoțite, în mod obligatoriu, de o evaluare preliminară a impactului noilor reglementări asupra drepturilor și libertăților fundamentale ale omului.

(4) Evaluarea preliminară a impactului este realizată de inițiatorul proiectului de act normativ. În cazul unor proiecte de acte normative complexe, evaluarea impactului poate fi realizată, pe baza unui contract de prestări de servicii, de către institute de cercetare științifică, universități, societăți comerciale sau organizații neguvernamentale, în conformitate cu prevederile legale în vigoare referitoare la achizițiile publice. (5) În vederea elaborării evaluării preliminare a impactului propunerilor legislative inițiate de deputați și senatori, precum și în cazul celor bazate pe inițiativa cetățenilor, membrii Parlamentului pot solicita Guvernului asigurarea accesului la datele și informațiile necesare realizării acesteia.

(6) Aplicarea dispozițiilor [alin. \(1\)-\(5\)](#) nu este obligatorie în cazul inițiativelor legislative ale deputaților și senatorilor, precum și al celor bazate pe inițiativa cetățenilor.

Art. 13 Actul normativ trebuie să se integreze organic în sistemul legislației, scop în care:**a)** proiectul de act normativ trebuie corelat cu prevederile actelor normative de nivel superior sau de același nivel, cu care se află în conexiune;**b)** proiectul de act normativ, întocmit pe baza unui act de nivel superior, nu poate depăși limitele competenței instituite prin acel act și nici nu poate contraveni principiilor și dispozițiilor acestuia;**c)** proiectul de act normativ trebuie să fie corelat cu reglementările comunitare și cu tratatele internaționale la care România este parte.**d)** [proiectul de act normativ trebuie să fie corelat cu dispozițiile Convenției europene a drepturilor omului și ale protocoalelor adiționale la aceasta, ratificate de România, precum și cu jurisprudența Curții Europene a Drepturilor Omului.](#)

Capitolul III. Elaborarea actelor normative

Documentarea

Art. 20 (1) Elaborarea proiectelor de acte normative trebuie precedată, în funcție de importanța și complexitatea acestora, de o activitate de documentare și analiză științifică, pentru cunoașterea temeinică a realităților economico-sociale care urmează să fie reglementate, a istoricului legislației din acel domeniu, precum și a reglementărilor similare din legislația străină, în special a țărilor Uniunii Europene.

Art. 21 [În activitatea de documentare pentru fundamentarea proiectului de act normativ se vor examina practica Curții Constituționale în acel domeniu, jurisprudența în materie a Curții Europene a Drepturilor Omului, practica instanțelor judecătorești în aplicarea reglementărilor în vigoare, precum și doctrina juridică în materie.](#)

Art. 22 (1) [Soluțiile legislative preconizate prin noua reglementare trebuie să aibă în vedere reglementările în materie ale Uniunii Europene, asigurând compatibilitatea cu acestea.](#)(2) [Prevederile \[alin. \\(1\\)\]\(#\) se aplică în mod corespunzător și în ceea ce privește dispozițiile cuprinse în tratatele internaționale la care România este parte, precum și în ceea ce privește jurisprudența Curții Europene a Drepturilor Omului.](#)

Art. 30 (1) Proiectele de acte normative trebuie însoțite de următoarele documente de motivare:**a)** expuneri de motive - în cazul proiectelor de legi și al propunerilor legislative;**b)** note de fundamentare - în cazul ordonanțelor și al hotărârilor Guvernului; ordonanțele care trebuie supuse aprobării Parlamentului, potrivit legii de abilitare, precum și ordonanțele de urgență se transmit Parlamentului însoțite de expunerea de motive la proiectul legii de aprobare a acestora;**c)** referate de aprobare - pentru celelalte acte normative;**d)** studii de impact - în cazul proiectelor de legi de importanță și complexitate deosebită și al proiectelor de legi de aprobare a ordonanțelor emise de Guvern în temeiul unei legi de abilitare și supuse aprobării Parlamentului.

Art. 31 (1) Instrumentul de prezentare și motivare include conținutul evaluării impactului actelor normative, cuprinzând următoarele secțiuni: b) impactul socioeconomic - efectele asupra mediului macroeconomic, de afaceri, social și asupra mediului înconjurător, inclusiv evaluarea costurilor și beneficiilor;

Art. 33 (1) Scopul elaborării studiului de impact este de a estima costurile și beneficiile aduse în plan economic și social prin adoptarea proiectului de lege, precum și de a evidenția dificultățile care ar putea

apărea în procesul de punere în practică a reglementărilor propuse.(2) Studiul de impact este întocmit, de regulă, de structurile de specialitate în domeniu ale administrației publice centrale, la cererea Guvernului. Pentru propunerile legislative inițiate de deputați sau de senatori, studiile de impact se întocmesc prin grija ministerelor de resort, la solicitarea comisiilor parlamentare.(3) În studiul de impact se face referire:**a)** la starea de fapt existentă la momentul elaborării noii reglementări;**b)** la modificările care se propun a fi aduse legislației existente;**c)** la obiectivele urmărite prin modificarea legislației existente;**d)** la mijloacele disponibile în vederea realizării scopurilor propuse;**e)** la dificultățile care ar putea fi întâmpinate în aplicarea noilor dispoziții;**f)** la evaluarea costurilor impuse de adoptarea proiectului de lege și a eventualelor economii bugetare generate de aceasta, la motivele care stau la baza acestei evaluări, precum și la modalitatea de calcul al costurilor și economiilor;**g)** la beneficiile rezultate prin implementarea proiectului de lege, altele decât cele de natură economică;**h)** la analiza comparativă a costurilor și a beneficiilor pe care le implică proiectul de lege, din care să reiasă dacă beneficiile sunt justificate de costuri.

Hotărâre de Guvern nr. 775/2005 pentru aprobarea Regulamentului privind procedurile de elaborare, monitorizare și evaluare a politicilor publice la nivel central
<http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/63744>

Art. 3 (1) Procedurile se aplică de ministere și alte organe de specialitate ale administrației publice centrale care inițiază proiecte de acte normative. (2) Unitățile specializate în domeniul politicilor publice, denumite în continuare unități de politici publice, se constituie la nivelul ministerelor și al altor organe de specialitate ale administrației publice centrale care inițiază proiecte de acte normative, prin ordin al conducătorului instituției.(3) Au obligația de a respecta prezentele proceduri și consiliile, comisiile, comitetele interministeriale și grupurile de lucru interministeriale constituite conform legii.

Art. 4 b) politicile publice - totalitatea activităților desfășurate de administrația publică centrală de specialitate în scopul soluționării problemelor de politici publice identificate. O anumită soluție poate fi implementată prin intermediul unuia sau mai multor acte normative;

c) procesul politicilor publice - totalitatea etapelor a căror parcurgere conduce la implementarea unei anumite soluții destinate rezolvării unei probleme cu caracter public;d) variantele de politici publice - soluții tehnice care rezolvă o anumită problema de politică publică;e) identificarea variantelor - o etapă în procesul politicilor publice, care constă în generarea unor posibilități tehnice de soluționare pentru o anumită problema de politici publice, de către colectivele speciale, cu consultarea societății civile. Variantele de politici publice nu reprezintă acte normative;f) propunerea de politici publice - document care conține informații despre variantele de politici publice identificate, precum și fundamentarea atât a acestora, cât și a celei care este recomandată să fie adoptată spre implementare. Documentul conține, de asemenea, o prezentare a planului de acțiune preconizat pentru implementarea acelei variante de politică publică care este aleasă spre implementare;

Art. 5 Procedurile reglementează următoarele etape ale procesului politicilor publice desfășurat la nivelul organelor de specialitate ale administrației publice centrale: a) identificarea, alegerea și fundamentarea variantelor de politici publice; b) monitorizarea implementării și evaluarea politicii publice.

Art. 6 Identificarea problemei de politici publice se realizează folosindu-se următoarele surse: a) Programul de guvernare; b) strategiile sectoriale și generale ale autorităților administrației publice

centrale inițiatoare de proiecte de acte normative; c) problemele care apar pe parcursul guvernării și care au un impact economic, social și ecologic semnificativ.

Art. 10 Activitatea de fundamentare are ca rezultat documentul denumit propunere de politici publice, elaborat de către direcțiile de specialitate sub coordonarea unităților de politici publice din cadrul ministerelor și al altor organe de specialitate ale administrației publice centrale, care cuprinde în forma concisă rezultatele studiilor și analizelor, precum și ale activității de consultare a societății civile cu privire la diferitele variante de soluționare identificate. Propunerea de politici publice cuprinde și un plan de acțiune cu ajutorul căruia se va implementa varianta de politici publice care a fost aleasă de conducerea organului administrației publice inițiatoare pentru a fi implementată.

Art. 11 (1) Unitățile de politici publice se înființează în cadrul ministerelor și al altor instituții publice centrale, prin ordin al conducătorului instituției, și se subordonează acestuia. Din cadrul unităților de politici publice pot face parte manageri publici, consilieri de integrare, personal contractual și funcționari publici. Personalul unităților de politici publice trebuie să aibă experiența în domeniul politicilor publice și al managementului de proiect. (2) Unitățile de politici publice îndeplinesc următoarele atribuții: a) asigură consultanța departamentelor de specialitate din cadrul ministerelor în ceea ce privește elaborarea propunerii de politici publice; b) monitorizează respectarea procedurilor adoptate prin prezentul regulament în cadrul ministerului în care își desfășoară activitatea; c) sunt responsabile cu trimiterea propunerii de politici publice Unității de politici publice din cadrul Secretariatului General al Guvernului; d) elaborează rapoarte de monitorizare și evaluare cu privire la politicile publice inițiate și implementate la nivelul ministerelor, în colaborare cu departamentele de specialitate.

Art. 20 Monitorizarea trebuie să evidențieze următoarele aspecte: a) modificările instituționale care au survenit în urma implementării politicii publice; b) modificările asupra situației grupurilor-țintă vizate, atât pe parcursul implementării, cât și la finalizarea acesteia; c) costurile implementării; d) respectarea termenelor și a conținutului activităților din cadrul planului de acțiune; e) întârzierile în realizarea activităților și motivul producerii lor.

Art. 21 Unitățile de politici publice din cadrul autorităților administrației publice centrale au obligația de a elabora rapoarte periodice de monitorizare, conform modelului prevăzut în anexa nr. 2. Activitățile de monitorizare și evaluare pot fi subcontractate și altor organizații din mediul privat, neguvernamental, din mediul academic și de învățământ superior.

Art. 22 Criteriile de evaluare a unei politici publice vizează: a) măsura în care rezultatele implementării politicilor publice corespund cu cele stabilite în etapa de formulare a politicilor publice; b) raportul dintre costurile obținerii rezultatelor și cele preconizate în etapa de formulare a politicilor publice și precizate în strategia de implementare; c) respectarea conținutului activităților și a termenelor stabilite în planul de acțiune.

Anexele conțin formularul de politică publică și planul de acțiuni.

Hotărâre de Guvern nr. 561/2009 pentru aprobarea Regulamentului privind procedurile, la nivelul Guvernului, pentru elaborarea, avizarea și prezentarea proiectelor de documente de politici publice, a proiectelor de acte normative, precum și a altor documente, în vederea adoptării/aprobării

<http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/105816>

Art. 1 Au dreptul să inițieze proiecte de documente de politici publice și proiecte de acte normative, în vederea adoptării/aprobării de către Guvern, conform atribuțiilor și domeniului lor de activitate, următoarele autorități publice:a) ministerele și celelalte organe de specialitate ale administrației publice centrale, aflate în subordinea Guvernului, precum și autoritățile administrative autonome;b) organele de specialitate ale administrației publice centrale aflate în subordinea sau în coordonarea ministerelor, prin ministerele în a căror subordine sau coordonare se află;c) prefectii, consiliile județene, Consiliul General al Municipiului București, potrivit legii, prin Ministerul Administrației și Internelor.

Art. 2 (1) Potrivit Constituției României, republicată, Guvernul adoptă hotărâri și ordonanțe.

Art. 3 (1) Documentele de politici publice sunt instrumentele de decizie prin intermediul cărora sunt identificate posibilele soluții pentru rezolvarea problemelor de politici publice, astfel cum sunt definite în [Hotărârea Guvernului nr. 870/2006](#) privind aprobarea Strategiei pentru îmbunătățirea sistemului de elaborare, coordonare și planificare a politicilor publice la nivelul administrației publice centrale.

(3) Documentele de politici publice, definite și structurate conform dispozițiilor [Hotărârii Guvernului nr. 870/2006](#) și ale [Hotărârii Guvernului nr. 775/2005](#) pentru aprobarea Regulamentului privind procedurile de elaborare, monitorizare și evaluare a politicilor publice la nivel central, cu modificările ulterioare, sunt:a) strategia;b) planul;c) propunerea de politici publice.

Art. 6 (1) Actele normative cu impact asupra domeniilor social, economic și de mediu, asupra bugetului general consolidat sau asupra legislației în vigoare se elaborează pe baza unor documente de politici publice aprobate de Parlament sau Guvern.

Procedura de elaborare și consultare a proiectelor de acte normative și a proiectelor de documente de politici publice

Art. 15 (1) Inițiatorul elaborează o formă inițială a proiectului de act normativ sau a proiectului de documente de politici publice, pe care are obligația să o supună concomitent atât consultării publice, în condițiile [Legii nr. 52/2003](#), cât și consultării preliminare interinstituționale.

(5) Desfășurarea întregului proces de consultare, atât cu cetățenii și cu asociațiile legal constituite, cât și consultarea preliminară interinstituțională, cade în sarcina exclusivă a inițiatorului.

(6) Proiectele de acte normative cu impact asupra domeniilor social, economic și de mediu, asupra bugetului general consolidat sau asupra legislației în vigoare sunt supuse consultării însoțite de instrumentele de prezentare și motivare elaborate conform prevederilor legale în vigoare, precum și de documentul de politică publică aferent.

Art. 17 (1) La finalizarea procedurii de elaborare și consultare, autoritatea publică inițitoare are obligația de a transmite Secretariatului General al Guvernului, atât pe suport hârtie, cât și în format electronic/PDF, în vederea înregistrării, proiectele de documente de politici publice și proiectele de acte normative însoțite, prin semnare, de către conducătorul/conducătorii autorității/autorităților publice inițitoare, împreună cu o adresă de înaintare, al cărei model este prevăzut în anexa nr. 2. (3) Prin grija autorității publice inițitoare, în aceeași zi în care au fost înaintate către Secretariatul General al Guvernului, proiectele de documente de politici publice și proiectele de acte normative sunt transmise, în original, și instituțiilor ce urmează să avizeze proiectul, însoțite de o adresă de înaintare, elaborată conform modelului prevăzut în anexa nr. 4. (4) În această etapă, proiectele de documente de politici publice și

proiectele de acte normative care urmează să fie avizate de Ministerul Finanțelor Publice, Departamentul pentru Afaceri Europene, sau, după caz, Ministerul Justiției și Libertăților Cetățenești, vor fi transmise acestor instituții, în copie, în vederea analizei.

Art. 20 (1) Instituțiile publice avizatoare trebuie să transmită inițiatorului proiectul de act normativ sau proiectul de document de politici publice, în original, avizat în termen de maximum 3 zile lucrătoare de la înregistrarea acestuia la structura unică din cadrul instituțiilor avizatoare prevăzută la art. 18 alin. (1). (2) În vederea obținerii avizului conform, proiectele de documente de politici publice se transmit Secretariatului General al Guvernului în original, împreună cu o copie, numai după obținerea tuturor avizelor instituțiilor publice interesate. Avizul conform se emite cu privire la respectarea standardelor și procedurilor prevăzute de legislația în vigoare pentru elaborarea documentelor de politici publice, încheind operațiunile din etapa de avizare. (3) Termenul pentru avizul conform este de 3 zile lucrătoare de la înregistrarea acestuia la structura unică prevăzută la art. 18 alin. (1) din cadrul Secretariatul General al Guvernului. (4) După primirea avizelor solicitate în condițiile alin. (1), proiectele de acte normative și/sau documentele de politici publice se transmit spre avizare, după caz, Ministerului Finanțelor Publice, Departamentului pentru Afaceri Europene și Ministerului Justiției și Libertăților Cetățenești. (5) Termenul de avizare pentru Ministerul Finanțelor Publice, Departamentul pentru Afaceri Europene și Ministerul Justiției și Libertăților Cetățenești este de 4 zile lucrătoare de la înregistrarea acestuia la structura unică prevăzută la art. 18 alin. (1). Termenul se calculează pe zile libere, neintrând în calcul ziua când începe și nici cea în care expiră. (6) Proiectele de acte normative care transpun prevederi comunitare, creează cadrul juridic necesar aplicării acestora ori având relevanță comunitară se transmit spre avizare Departamentului pentru Afaceri Europene, ca penultimă instituție avizatoare, însoțite, dacă este cazul, de tabelul de concordanță între actul normativ comunitar propus să fie transpus și proiectul de act normativ național care îl transpune. (7) Proiectele de acte normative se transmit Ministerului Justiției și Libertăților Cetățenești în original, împreună cu o copie, numai după obținerea tuturor avizelor autorităților publice interesate în aplicare. Ministerul Justiției și Libertăților Cetățenești avizează proiectele exclusiv din punctul de vedere al legalității, încheind operațiunile din etapa de avizare.

Art. 22 După finalizarea procesului de avizare interministerială a proiectului de document de politici publice sau, după caz, a proiectului de act normativ, forma finală însoțită, dacă este cazul, de observațiile instituțiilor avizatoare și de nota justificativă privind nepreluarea acestora se transmite, prin grija inițiatorilor, Curții de Conturi a României, Consiliului Concurenței, Consiliului Suprem de Apărare a Țării, Consiliului Economic și Social și/sau Consiliului Superior al Magistraturii, după caz, în vederea obținerii avizelor, dacă obținerea acestora este obligatorie, conform dispozițiilor legale în vigoare.

Art. 23 După obținerea avizelor instituțiilor prevăzute la art. 22, inițiatorul va transmite Secretariatului General al Guvernului, în original, forma finală a proiectului de document de politici publice sau, după caz, a proiectului de act normativ, însoțit de eventualele observații și propuneri ale tuturor instituțiilor avizatoare, precum și de nota justificativă privind însușirea sau neînsușirea acestora, dacă este cazul.

Art. 24 (1) Pentru proiectele de acte normative primite la Secretariatul General al Guvernului în condițiile art. 23, acesta solicită de îndată avizul Consiliului Legislativ, ce urmează să fie emis potrivit legii, în termenul solicitat de Guvern, care nu poate fi mai mic de: a) 24 de ore pentru proiectele de ordonanțe de urgență; b) două zile pentru proiectele de legi care urmează să fie transmise Parlamentului cu solicitarea dezbaterii în procedură de urgență; c) 10 zile pentru celelalte proiecte de acte normative. (2) Proiectele de

ordonanțe și de hotărâri cu caracter normativ se supun spre adoptare Guvernului numai cu avizul Consiliului Legislativ.

Art. 27 Proiectul de document de politică publică finalizat conform dispozițiilor prezentului regulament este transmis Secretariatului General al Guvernului, în original, pe suport hârtie, precum și pe e-mail, în vederea includerii la lit. a) a agendei reuniunii de lucru pregătitoare, fiind însoțit, după caz, de:a) adresa de înaintare care va cuprinde lista documentelor anexate;b) procesul-verbal al ședinței comitetului interministerial, desfășurată în condițiile [Hotărârii Guvernului nr. 750/2005](#) privind constituirea consiliilor interministeriale permanente, cu modificările și completările ulterioare, dacă proiectul a fost analizat în oricare dintre acestea;c) observațiile instituțiilor avizatoare și nota justificativă privind însușirea sau neînsușirea acestora, după caz.

Art. 28 Proiectul de act normativ finalizat conform dispozițiilor prezentului regulament este transmis Secretariatului General al Guvernului, în original, pe suport hârtie, în copie certificată, precum și pe e-mail, în fișier electronic certificat, în vederea includerii la lit. a) a agendei reuniunii de lucru pregătitoare, fiind însoțit, după caz, de:a) adresa de înaintare, care va cuprinde în mod obligatoriu: lista documentelor anexate, proprietățile documentelor referitoare la numărul de caractere și data ultimei salvări, menționarea documentului de politică publică la care se referă proiectul de act normativ aprobat de Guvern;b) instrumentul de prezentare și motivare;c) avizul de oportunitate pentru proiectele de ordonanță de urgență sau avizul privind încadrarea în domeniile în care Guvernul este abilitat să emită ordonanțe, pentru proiectele de ordonanță elaborate în temeiul legilor de abilitare;d) avizul Curții de Conturi a României, al Consiliului Concurenței, Consiliului Suprem de Apărare a Țării, Consiliului Economic și Social și/sau al Consiliului Superior al Magistraturii, după caz;e) tabelul de concordanță;f) în cazul tratatelor internaționale și a contractelor de stat - memorandum;g) observațiile instituțiilor avizatoare și nota justificativă privind însușirea sau neînsușirea acestora;h) fișa circuitului de avizare, conform modelului prevăzut în anexa nr. 5;i) documente relevante care atestă valabilitatea relațiilor de ordin juridic reglementate de proiectul de act normativ (documente care certifică dreptul de proprietate, extrase de carte funciară, hotărâri ale autorităților administrației publice locale prin care se solicită trecerea unor bunuri în domeniul public sau privat al respectivelor unități administrativ-teritoriale etc.);j) tabelul comparativ, în situația în care proiectele de acte normative conțin modificări și/sau completări ale actelor normative în vigoare.

Adoptarea în cadrul ședinței Guvernului a proiectelor de documente de politici publice și a proiectelor de acte normative

Art. 42 (1) După adoptare, Secretariatul General al Guvernului finalizează proiectul de act normativ prin operarea observațiilor de tehnică legislativă.(2) Dacă proiectul de document de politici publice sau proiectul de act normativ este aprobat cu modificări de formă în ședința Guvernului, inițiatorul are obligația să modifice textul respectivului proiect de document de politici publice sau de act normativ și să îl transmită Secretariatului General al Guvernului.(3) În situația în care inițiatorul nu operează modificările aprobate de Guvern, proiectul de act normativ sau proiectul de document de politici publice va fi repus în mod obligatoriu pe agenda reuniunii de lucru pregătitoare în vederea modificării sau retragerii acestuia.

Art. 45 (1) După ședința Guvernului, Secretariatul General al Guvernului va proceda la:a) definitivarea actului normativ adoptat, în condițiile art. 42 și 43;b) prezentarea actului normativ adoptat primului-ministru, în vederea semnării, și miniștrilor care au obligația punerii lui în executare, în vederea contrasemnării. Contrasemnarea unui act normativ adoptat de Guvern este obligatorie în termen de cel

mult 24 de ore de la data semnării acestuia de către primul-ministru;c) numerotarea actelor normative în cadrul anului calendaristic; actele Guvernului vor purta data ședinței Guvernului în care acestea au fost adoptate;d) transmiterea la Senat, la Camera Deputaților ori, după caz, la Administrația Prezidențială a proiectelor de legi, însoțite de expunerile de motive ale acestora, de hotărârile de supunere a lor spre adoptare, de tabelul comparativ sau de concordanță, dacă este cazul, semnate de primul-ministru;e) transmiterea către secretarul general al Camerei Deputaților, cu solicitarea publicării în Monitorul Oficial al României, Partea I, a hotărârilor și ordonanțelor Guvernului, însoțite, după caz, de instrumentele de prezentare și motivare ale acestora, semnate de ministrul sau ministrii inițiatori. Sunt exceptate de la publicare hotărârile Guvernului și/sau anexele acestora care intră sub incidența art. 108 alin. (4) ultima teză din Constituția României, republicată, sau a art. 2 alin. (2), a art. 15 lit. e) și f), a art. 17, 18, 23 și a [art. 31 alin. \(1\) din Legea nr. 182/2002](#) privind protecția informațiilor clasificate, cu modificările și completările ulterioare, hotărâri și/sau anexe care se trimit numai instituțiilor interesate. f) publicarea instrumentelor de prezentare și motivare pe pagina de internet a Secretariatului General al Guvernului;g) transmiterea la Senat, la Camera Deputaților ori, după caz, la Administrația Prezidențială a ordonanțelor și a ordonanțelor de urgență ale Guvernului, însoțite de expunerea de motive a proiectelor de legi pentru aprobarea acestora, de hotărârile de adoptare, de tabelul comparativ sau de concordanță, dacă este cazul, și de avizul Consiliului Legislativ, semnate de primul-ministru.(2) Secretariatul General al Guvernului transmite secretarului general al Camerei Deputaților actele normative adoptate de Guvern, în vederea publicării, pe suport hârtie, în copie certificată, însoțite de o pagină care să cuprindă proprietățile documentului referitoare la numărul de caractere și data ultimei salvări, precum și pe e-mail, în fișier electronic certificat.(3) Certificarea se realizează prin aplicarea ștampilei Secretariatului General al Guvernului pe fiecare pagină, fără a se suprapune pe text, iar pentru forma electronică, prin semnătură electronică. Pentru transmiterea formei electronice se vor desemna anumite persoane din cadrul Secretariatului General al Guvernului, care vor avea dreptul la semnătură electronică.(4) În procesul de publicare, Secretariatul General al Guvernului și inițiatorii actelor normative adoptate de Guvern au obligația de a comunica neîntârziat, în scris, secretarului general al Camerei Deputaților date, informații și precizări, solicitate de acesta sau, în mod nemijlocit, de Regia Autonomă "Monitorul Oficial", necesare îndeplinirii cerințelor legale de publicare. În cazul în care solicitarea de date, informații și precizări se face pe cale electronică, răspunsul se va face tot pe cale electronică, prin semnătură electronică.(5) Transmiterea către Senat și Camera Deputaților a proiectelor de legi, respectiv a ordonanțelor și ordonanțelor de urgență potrivit alin. (1) lit. d) și g) se face de către Secretariatul General al Guvernului, acesta comunicând Departamentului pentru Relația cu Parlamentul copii ale tuturor acestor documente, în vederea monitorizării procesului legislativ parlamentar.(6) În vederea publicării pe pagina de internet a Secretariatului General al Guvernului sau, după caz, în Monitorul Oficial al României, Partea I, inițiatorilor le revine obligația să transmită Secretariatului General al Guvernului, imediat după adoptare, instrumentul de prezentare și motivare, semnat numai de conducătorul/conducătorii autorității/autorităților publice inițiatoare, care să se refere la forma finală a actului normativ, precum și la avizul Consiliului Legislativ.(7) În conformitate cu dispozițiile art. 75 din Constituția României, republicată, se supun spre dezbatere și adoptare:a) Camerei Deputaților, ca primă Cameră sesizată, proiectele de legi prevăzute la art. 92 alin. (8) din Regulamentul Camerei Deputaților, aprobat prin [Hotărârea Camerei Deputaților nr. 8/1994](#), republicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 35 din 16 ianuarie 2006, cu modificările ulterioare;b) Senatului, ca primă Cameră sesizată, proiectele de legi prevăzute la art. 88 alin. (7) din Regulamentul Senatului, aprobat prin [Hotărârea Senatului nr. 28/2005](#), publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 948 din 25 octombrie 2005, cu modificările ulterioare.

Art. 46 (1) Secretariatul General al Guvernului publică documentele de politici publice aprobate de Guvern pe pagina de internet a Secretariatului General al Guvernului, în baza de date a documentelor de politici publice, în termen de 5 zile lucrătoare de la aprobare. (2) Documentele de politică publică aprobate de Guvern sunt publicate și de către inițiator pe pagina de internet proprie, în termen de 5 zile lucrătoare de la aprobare.

Hotărârea Guvernului nr. 870/2006 privind aprobarea Strategiei pentru îmbunătățirea sistemului de elaborare, coordonare și planificare a politicilor publice la nivelul administrației publice centrale

Instrumentele politicilor publice se constituie dintr-o gamă variată de metodologii de planificare și previzionare, proceduri sistematizate de luare a deciziilor, luând în considerare diferitele nivele și scopuri ale problemelor, analizarea problemelor, dezvoltarea de variante de soluționare, evaluarea efectelor posibile datorate soluțiilor alternative, alegerea resurselor, planificarea implementării, monitorizare și evaluare. Procesul politicilor publice este împărțit în două niveluri de planificare: sectorial/intersectorial și instituțional. Procedura pentru dezvoltarea politicilor sectoriale și intersectoriale este axată pe soluționarea/rezolvarea problemelor și adaptarea la realitățile socio-economice.

În contextul procesului de reformă în acest domeniu, următoarele eforturi trebuie subliniate în mod deosebit: ■ Înființarea Unității de Politici Publice (UPP) în cadrul Secretariatului General al Guvernului (SGG), având în structură specialiști tineri și calificați profesional; ■ Înființarea unităților de politici publice în cadrul ministerelor de linie; ■ Introducerea întâlnirilor săptămânale ale secretarilor de stat (ședințele pregătitoare de guvern); ■ Adoptarea Hotărârii Guvernului nr. 775/2005 pentru aprobarea Regulamentului privind procedurile de formulare, monitorizare și evaluare a politicilor publice la nivel central, prin care se cere ministerelor să formuleze propuneri de politici publice într-un format specific pentru toate actele juridice importante, înainte de elaborarea acestora; ■ UPP al SGG a elaborat și un Manual pentru a acorda asistență ministerelor în aplicarea noului regulament; ■ Reducerea numărului de consilii interministeriale la 11; înființarea Consiliului de Planificare Strategică; ■ Inițiativele Ministerului Finanțelor Publice privind introducerea cadrului de cheltuieli pe termen mediu (CCTM) și implementarea bugetarii pe programe. ■ Hotărârea Guvernului nr. 402/2006 privind modificarea Hotărârii Guvernului nr. 157/2005 pentru organizarea și funcționarea Secretariatului General al Guvernului.

1.1.1. Definirea și structura documentelor de politici publice Strategia este un document de politici publice pe termen mediu și lung care definește, în principiu, politica Guvernului cu privire la un anumit domeniu de politici publice în care se impune luarea unor decizii privind o gamă largă de aspecte. Strategia este elaborată în vederea formulării unei noi politici publice în domeniul respectiv, precum și în cazul în care politicile publice actuale necesită o îmbunătățire semnificativă.

Planul este un document menit să asigure implementarea politicilor. Planul poate fi pe termen mediu sau pe termen scurt în funcție de scopul politicii și de perioada implementării acesteia. Planul pe termen mediu presupune un grad mai mare de generalitate în comparație cu cel pe termen scurt. Planul poate fi întocmit numai după ce strategia sau propunerea de politici publice a cărei implementare o detaliază a fost adoptată. Obiectivele, direcțiile generale, rezultatele politicilor incluse în plan trebuie să coincidă cu cele din strategie dar să fie completate cu mai multe detalii legate de activități concrete, instituții responsabile, termene de realizare și resurse.

Uneori mai multe planuri pot deriva dintr-o singură strategie. Planul poate fi elaborat atât pentru implementarea unei strategii cât și pentru implementarea unei propuneri de politici publice. În anumite cazuri, el poate fi elaborat inclusiv pentru implementarea unui act normativ.

Propunerea de politici publice este un document de politici publice destinat rezolvării unor probleme de politici publice specifice în cazul în care există mai multe variante posibile de rezolvare sau dacă este necesar un acord conceptual privind fondul reglementării normative. O propunere de politici publice poate genera unul sau mai multe acte normative. Structura propunerii de politici publice este formată din următoarele părți:- Descrierea problemei- Documente de politici publice și acte normative privind problema de soluționat- Identificarea și evaluarea variantelorAceasta este partea cea mai importantă a propunerii de politici publice care permite decidenților politici să aleagă varianta optimă în funcție de criteriile de evaluare (trebuie menționat că există posibilitatea ca una din variantele prezentate să fie și cea de a nu acționa). Precizarea impactului social, economic și financiar, precum și a implicațiilor bugetare ale fiecărei variante trebuie prezentate prin realizarea analizelor de impact ex-ante generale sau detaliate ale politicii publice (a se vedea explicația termenilor la punctul 1.2.). Dacă cei care formulează politicile publice folosesc metodele generale de analiză de impact, efectele pozitive și negative asupra grupurilor țintă trebuie descrise în mod calitativ. Pe de altă parte, analiza detaliată impune folosirea mai multor metode de analiză economică (analiza cost-beneficii, cost-eficacitate și altele asemenea). În unele cazuri, rezultatele prezentate în raportul de evaluare ex-ante ar putea să conducă la o modificare a strategiei așa cum apare precizată în Propunerea de Politici Publice. În această situație este necesară precizarea acestor posibile modificări.■ Implicații juridice și planificarea în timpAceastă parte descrie proiectele de acte normative care trebuie să fie elaborate pe baza variantei de propunere de politică publică aprobată. De asemenea, în această parte este descris conținutul modificărilor care trebuie aduse actelor normative: modificări ale actelor normative în vigoare, conținutul noilor acte normative prezentat pe scurt, precum și actele normative propuse spre abrogare.■ Monitorizare și evaluareSunt descrise pe scurt în această parte frecvența și planificarea activităților de monitorizare, evaluare și raportare. Se fac precizări privind disciplina procesului de monitorizare și evaluare.- Etape ulterioare și instituții responsabileSunt incluse sarcinile care trebuie realizate de către instituții pentru a asigura implementarea variantei de soluționare prezentată în propunerea de politici publice, termenele limită pentru sarcinile respective, instituțiile responsabile.

Pentru a asigura o decizie corectă fundamentată, și pentru creșterea coerenței politicilor publice ce urmează a fi implementate, actele normative (...) trebuie să aibă la bază un document de politici publice.

În căutarea metodei optime de atingere a scopului unei politici este necesar să se ia în calcul întreg spectrul de opțiuni. Reglementarea este una dintre opțiunile importante, dar nu reprezintă în mod necesar cea mai bună cale de a soluționa o problemă dată. Atunci când se utilizează reglementarea pentru implementarea unei politici publice, trebuie acordată atenție unor aspecte esențiale care pot conduce la abuz de reglementare. Astfel, în cazul proceselor de reglementare excesiv de lungi, în special atunci când reglementarea trebuie să îndeplinească cerințe de calitate (consultare, studiu de impact și altele asemenea) acest fapt poate necesita un timp care compromite eficiența actului normativ, deoarece va fi improbabil ca obiectivul să fie atins în timp util.

Atunci când analizăm modalitatea de implementare a unei politici publice, o serie de alternative la reglementare poate fi luată în considerare (...) (i) a nu acționa în fața unei probleme prin generarea de alte acte normative poate da încredere reglementărilor existente, (ii) instituirea unor mecanisme

stimulatoare (campanii de informare, de educare, de prevenire etc.) poate avea un efect benefic asupra legislației existente dar neimplementate corespunzător, (iii) recunoașterea reciprocă a normelor naționale chiar când diferă de la o țară la alta, (iv) îmbunătățirea reglementărilor existente fie prin rezolvarea problemelor specifice care împiedică implementarea acestora, fie prin revizuirea periodică a legislației.

1.2. Aplicarea analizei de impact pentru politici publice și acte normative Analiza de impact a politicii publice face parte din procesul de formulare a politicilor publice. Realizarea analizei de impact a politicii publice permite o mai bună structurare a procesului de planificare a politicii publice și asigură luarea unei decizii optime pe baza unor argumente temeinice și atent evaluate. Analiza de impact a politicii publice permite analiza problemei, a posibilelor direcții de acțiune, a avantajelor și dezavantajelor acestora, precum și a diferitelor consecințe asupra economiei, societății și mediului. Trebuie să se ia în considerare faptul că analiza de impact a politicii publice poate facilita adoptarea unei decizii, însă nu poate înlocui decizia în sine. Analiza de impact permite decidenților politici formarea unei perspective cu privire la consecințele acțiunilor pe care le planifică sau le permite să evalueze eficacitatea acțiunilor pe care le-au întreprins deja. În funcție de etapa procesului de formulare a politicilor publice în care se realizează analiza de impact, există două tipuri de analiză de impact: ■ Analiza de impact ex-ante a politicii publice este o activitate care are loc la începutul procesului de formulare a politicii publice, atunci când experții în politici publice și cei implicați în planificarea lor, cu ajutorul unor metode de studiu calitativ și cantitativ, încearcă să facă previziuni privind impactul care ar putea fi exercitat asupra societății în urma implementării politicii publice. ■ Analiza de impact ex-post a politicii publice este o activitate derulată pe parcursul sau la sfârșitul etapei de implementare a politicii publice. Aceasta evaluează rezultatele obținute și identifică devierile efective de la obiectivul planificat, timpul suplimentar și costurile suplimentare privind resursele și altele asemenea. Scopul analizei ex-post nu este doar acela de a identifica greșelile făcute, ci și de a face recomandări privind soluțiile cele mai potrivite pentru activitățile viitoare. Analiza de impact ex-post este deseori denumită evaluarea ex-post a politicii publice. Această evaluare ex-post, poate fi și o evaluare intermediară, atunci când politica publică este implementată pe o perioadă de timp mai îndelungată sau când din procesul de monitorizare rezultă necesitatea unei evaluări atente și a unei ajustări considerabile a politicii publice.

Analiza de impact ex-ante generală a politicii publice este o procedură de previzionare care folosește abordarea prin metoda evaluării calitative pentru a identifica posibilele consecințe socio-economice care pot apărea după implementarea unei anumite politici publice. Analiza de impact ex-ante detaliată a politicii publice este o procedură de previzionare care folosește abordarea prin metoda de evaluare cantitativă (analiza cost-beneficii, cost-eficacitate) pentru a identifica posibilele consecințe socio-economice care pot apărea după implementarea unei anumite politici publice. Criteriile pentru analiza de impact ex-ante detaliată a politicii publice Deoarece analiza de impact ex-ante detaliată a politicii publice este un proces îndelungat care presupune un consum ridicat de resurse umane și financiare, iar aceste resurse sunt întotdeauna limitate în cazul structurilor administrative, ministerele trebuie să evalueze situațiile în care se poate aplica analiza de impact ex-ante detaliată a politicii publice. În majoritatea cazurilor este suficient să se realizeze doar o analiză de impact ex-ante generală a politicii publice pentru documentele de politici publice, care poate fi făcută în cadrul ministerelor de către cei care formulează politicile publice. Cu toate acestea, există câteva tipuri de politici/planuri/proiecte pentru care analiza detaliată este esențială:

■ diverse proiecte de investiții privind protecția mediului, transporturile;

- politici publice cu un impact social considerabil;
- politici publice cu un impact considerabil asupra bugetului de stat;
- politici publice privind privatizarea;
- cele care iau în considerare nevoia unui credit bancar;
- politici publice inter-sectoriale care implică mai multe părți interesate;

Analiza detaliată de impact a politicii publice poate fi externalizată și realizată cu ajutorul unor experți independenți de către ministerele responsabile. Este recomandabil ca cei care formulează politicile publice în cadrul ministerelor să cunoască metodele și ipotezele de bază folosite de către experți și trebuie să fie capabili să evalueze calitatea rezultatelor analizei. Analiza de impact ex-ante a proiectelor de acte normative. Analiza de impact ex-ante a reglementarilor este procedura aplicată de către ministerul responsabil, în cadrul procesului de elaborare a proiectelor de acte normative, după încheierea etapei de planificare a politicii publice. Scopul acestei analize este acela de a identifica posibilele consecințe asupra economiei, mediului de afaceri, cadrului legislativ, societății, precum și alte aspecte importante pentru anumite proiecte de acte normative. De asemenea se asigură, prin această analiză și derularea procesului de consultare cu părțile interesate și cu societatea civilă. Principala diferență față de analiza de impact ex-ante a politici publice este accentul plasat pe evaluarea impactului pentru o variantă deja aleasă, care este inclusă în proiectul de act normativ.

2.1. Proceduri de consultare și coordonare Cu toate că procesul de formulare a politicilor publice poate fi inițiat de diferiți actori, ministerele sunt responsabile cu elaborarea documentelor de politici publice și cu redactarea actelor normative. Chiar și în cazul politicilor publice inter-sectoriale, se recomandă definirea ministerului de linie responsabil de stabilirea grupului de lucru, de elaborarea, consultarea și prezentarea/înaintarea proiectului de act normativ sau a documentului de politici publice.

Calitatea politicii publice depinde în mare măsură de activitățile de consultare și coordonare desfășurate în cadrul instituțiilor administrației publice și între instituțiile administrației publice și societatea civilă (ONG-uri, organizații interesate, instituții de cercetare independente și altele asemenea).

Strategiile, programele și memorandumurile sunt aprobate de Guvern. În cazul propunerilor de politici publice, deciziile privind opțiunile de politică publică nu sunt luate de către Guvern, ci de către specialiști în administrația publică.

Rezultate

Publicarea metodologiei și a ghidului privind metodele de analiză de impact.

- Elaborarea ghidului privind procesul consultativ pentru ONG-uri și alte organizații ale societății civile.
- Pregătirea și organizarea sesiunilor de formare pentru funcționarii publici privind metodele de formulare a politicilor publice și cele de analiză de impact.
- Pregătirea sesiunilor de formare pentru funcționarii publici, precum și pentru ONG-uri și alte organizații ale societății civile cu privire la procedurile de formulare a politicilor publice și de consultare.

Hotărârea Guvernului nr. 1.361/2006 privind conținutul instrumentului de prezentare și motivare a proiectelor de acte normative supuse aprobării Guvernului

Art. 1 Expunerea de motive, nota de fundamentare și referatul de aprobare sunt instrumente de prezentare și motivare, elaborate în vederea evaluării impactului proiectelor de acte normative asupra domeniilor social, economic și de mediu, asupra bugetului general consolidat, precum și în vederea asigurării coerenței legislative.

Art. 2 (1) Instrumentul de prezentare și motivare, elaborat în conformitate cu structura prevăzută în anexa care face parte integrantă din prezenta hotărâre, este obligatoriu atât pentru proiectele de lege propuse de Guvern, pentru proiectele de ordonanță și de ordonanță de urgență, cât și pentru proiectele de hotărâre a Guvernului ce au un impact asupra domeniilor social, economic și de mediu, asupra bugetului general consolidat sau asupra legislației în vigoare.

Legea nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică
<http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/41571>

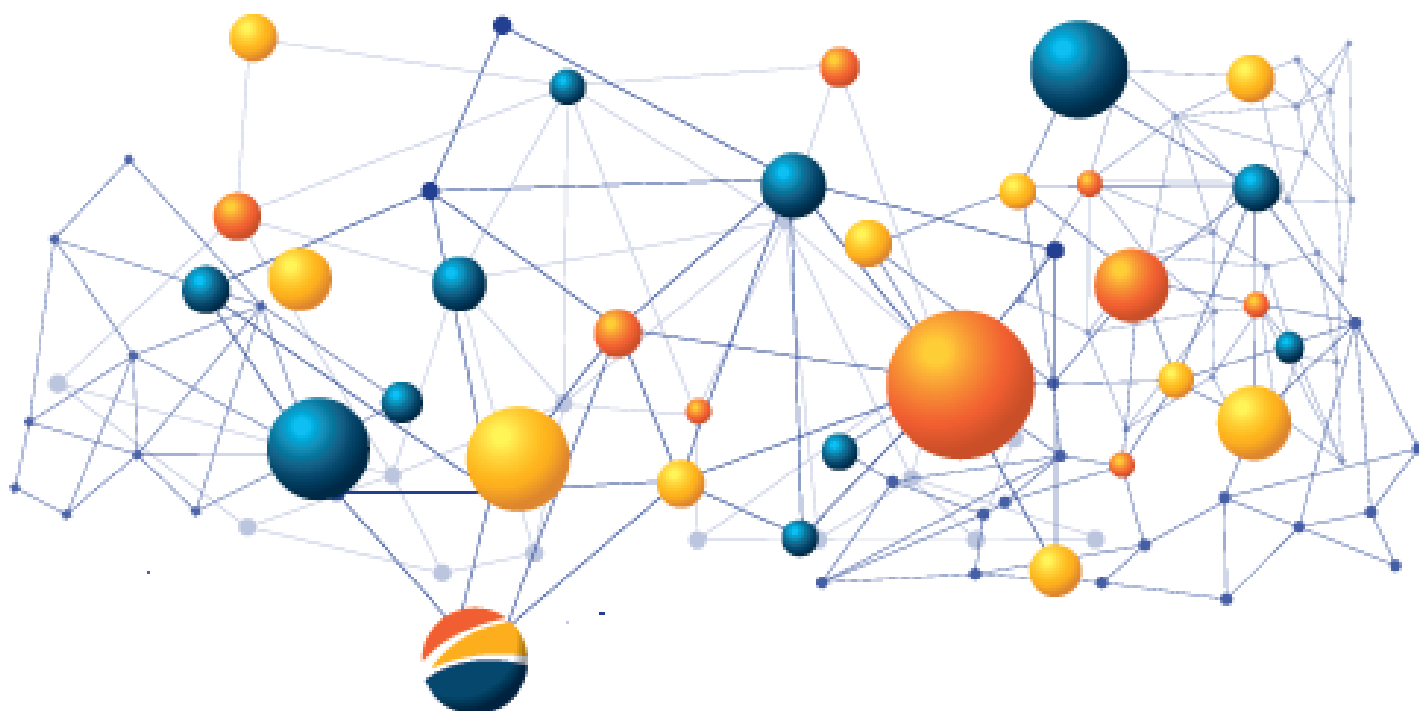
Art. 1 (2) Legea are drept scop: a) sa sporeasca gradul de responsabilitate a administrației publice față de cetățean, ca beneficiar al deciziei administrative; b) sa stimuleze participarea activa a cetățenilor în procesul de luare a deciziilor administrative și în procesul de elaborare a actelor normative; c) sa sporeasca gradul de transparenta la nivelul întregii administrații publice.

Art. 4 Autoritățile administrației publice obligate să respecte dispozițiile prezentei legi sunt: a) autoritățile administrației publice centrale: ministerele, alte organe centrale ale administrației publice din subordinea Guvernului sau a ministerelor, serviciile publice descentralizate ale acestora, precum și autoritățile administrative autonome; b) autoritățile administrației publice locale: consiliile județene, consiliile locale, primării, instituțiile și serviciile publice de interes local sau județean.

Art. 6 (1) În cadrul procedurilor de elaborare a proiectelor de acte normative autoritatea administrației publice are obligația sa publice un anunț referitor la aceasta acțiune în site-ul propriu, sa-l afișeze la sediul propriu, într-un spațiu accesibil publicului, și sa-l transmită către mass-media centrala sau locală, după caz. Autoritatea administrației publice va transmite proiectele de acte normative tuturor persoanelor care au depus o cerere pentru primirea acestor informații. (2) Anunțul referitor la elaborarea unui proiect de act normativ va fi adus la cunoștința publicului, în condițiile alin. (1), cu cel puțin 30 de zile înainte de supunerea spre analiza, avizare și adoptare de către autoritățile publice. Anunțul va cuprinde o nota de fundamentare, o expunere de motive sau, după caz, un referat de aprobare privind necesitatea adoptării actului normativ propus, textul complet al proiectului actului respectiv, precum și termenul limita, locul și modalitatea în care cei interesați pot trimite în scris propuneri, sugestii, opinii cu valoare de recomandare privind proiectul de act normativ. (4) La publicarea anunțului autoritatea administrației publice va stabili o perioadă de cel puțin 10 zile pentru a primi în scris propuneri, sugestii sau opinii cu privire la proiectul de act normativ supus dezbaterii publice. (7) Autoritatea publică în cauza este obligată sa decidă organizarea unei întâlniri în care să se dezbata public proiectul de act normativ, dacă acest lucru a fost cerut în scris de către o asociație legal constituită sau de către o alta autoritate publică.

Art. 7 (1) Participarea persoanelor interesate la lucrările ședințelor publice se va face în următoarele condiții: a) anunțul privind ședința publică se afișează la sediul autorității publice, inserat în site-ul propriu și se transmite către mass-media, cu cel puțin 3 zile înainte de desfășurare; b) acest anunț trebuie adus la

cunoștința cetățenilor și a asociațiilor legal constituite care au prezentat sugestii și propuneri în scris, cu valoare de recomandare, referitoare la unul dintre domeniile de interes public care urmează să fie abordat în ședința publică; c) anunțul va conține data, ora și locul de desfășurare a ședinței publice, precum și ordinea de zi.



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020!

Titlul proiectului: RePaS - Responsabilitate și Parteneriat pentru Sănătate
Codul proiectului: SIPOCA 212/ MySMIS+ 112263
Denumirea beneficiarului: Asociația Română pentru Promovarea Sănătății
Data publicării: noiembrie 2018

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu
poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României.
