

GHID PRACTIC

Elaborarea raportului
anual de activitate
al ONG-ului



Despre program:

Prezentul Ghid este elaborat de Centrul CONTACT, prin intermediul **Programului de suport instituțional pentru dezvoltarea organizației**, finanțat de Suedia.

Obiectivele generale ale suportului instituțional oferit de Suedia sunt axate pe sprijinul activităților de bază ale Centrului CONTACT și dezvoltarea instituțională a organizației.

Prezentarea succintă a Ghidului, scopul și conținutul acestuia:

Ghidul practic privind Elaborarea raportului anual de activitate al ONG-ului este un document de suport și o sursă de ghidare a organizațiilor societății civile în elaborarea rapoartelor pentru publicul larg, aplicând în practică principiile deschiderii, transparenței și responsabilității. Prezentul ghid are scopul de a oferi suport metodic-informativ OSC-urilor, fiind structurat în 6 compartimente, care oferă răspuns la o serie de întrebări: De ce raportăm? Cui? Cine elaborează raportul? Ce tip de informații ar trebuie să includă? Cum să îl facem atractiv pentru public? și Cum îl distribuim? Ghidul finalizează cu o serie de recomandări practico-aplicative, care vor ajuta OSC-urile să-și creeze o viziune integră asupra procesului de lucru la elaborarea rapoartelor anuale.

Ghidul are și caracter inspirațional, deoarece prezintă o serie de instrumente, metode și exemple din rapoartele OSC-urilor din Moldova (și România), oferind un cadru larg și creativ pentru procesul de lucru la raportare. În același timp, ghidul nu este unul exhaustiv și nu prezintă un panaceu în acest proces. Este mai degrabă o referință privind modalitatea de raportare clasică pentru toate categoriile de beneficiari, lăsând un spațiu larg pentru creație și intervenții personalizate ale Organizațiilor Societății Civile.

Materialul a fost elaborat de către Silvia Strelciuc, expertă națională în domeniul non-guvernamental, cu experiență de circa 20 ani în calitate de directoare executivă a AO Centrul "CONTACT-Cahul".

CUPRINS

I CE ESTE RAPORTUL ANUAL ȘI DE CE ESTE NEVOIE SĂ RAPORTĂM?	3
II CUI RAPORTĂM?	3
III CINE ESTE RESPONSABIL DE ELABORAREA RAPORTULUI ANUAL?	4
IV CE FEL DE INFORMAȚII POATE SĂ INCLUDĂ RAPORTUL ANUAL DE ACTIVITATE? ...	4
V CE INSTRUMENTE INTERACTIVE DE PREZENTARE A INFORMAȚIILOR PUTEM UTILIZA?	8
VI CE VOM FACE DUPĂ ELABORAREA RAPORTULUI?	15
VII CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI FINALE.	15
WEBOGRAFIE	16

I CE ESTE RAPORTUL ANUAL ȘI DE CE ESTE NEVOIE SĂ RAPORTĂM?

Un raport anual reprezintă o trecere în revistă a activităților Organizației Necomerciale pentru anul precedent sau o dare de seamă pe care organizația trebuie să o realizeze anual. Există mai multe motive pentru care ONG trebuie să realizeze acest lucru:

1) Reglementările legale de constituire și funcționare a ONG

Conform Legii Nr. 86 din 11-06-2020 cu privire la organizațiile necomerciale, Capitolul II - Activitatea, drepturile și obligațiile organizațiilor necomerciale, Articolul (3) **Organizația necomercială face public raportul anual de activitate în cel mult 6 luni de la sfârșitul anului pentru care este întocmit.** Raportul anual de activitate conține informații referitoare la activitățile desfășurate, valoarea mijloacelor financiare și a materialelor obținute și folosite, precum și alte informații relevante.

https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=122391&lang=ro

2) Dobândirea de către ONG a Statutului de utilitate publică (Articolul 22 al aceleiași legi).

Statutul de utilitate publică se atribuie organizației necomerciale care desfășoară activități de utilitate publică menționate la art. 21 și întrunește cumulativ mai multe condiții, inclusiv dacă aceasta **publică raportul anual de activitate** (punctul i al legii).

3) Înregistrarea dreptului de a beneficia de mecanismul de desemnare procentuală.

Pentru înregistrarea în calitate de beneficiar ONG trebuie să întrunească cumulativ mai multe condiții, inclusiv să desfășoare activități de utilitate publică și să le raporteze anual.

4) Transparența și vizibilitatea activității ONG. Organizația necomercială activează în beneficiul public, al membrilor săi sau al altor persoane, de aceea credibilitatea acesteia este condiționată de aplicarea în practică a principiilor de transparență, vizibilitate și responsabilitate. Acest lucru duce la sporirea încrederii constituenților/ beneficiarilor, partenerilor, donatorilor și publicului larg cu privire la activitatea organizației.

5) Includerea în statutul organizației a obligativității de raportare anuală în fața comunității și beneficiarilor. Întru respectarea principiilor de bună practică, ONG-urile pot include în statutul organizației obligativitatea raportării anuale sau periodice. Acesta este un proces de informare și promovare prin care organizația necomercială își face public declarația clară a misiunii, viziunii, principiilor și valorilor și convinge că realizarea proiectelor și programelor organizaționale duce în mod direct la realizarea misiunii și obiectivelor statutare.

II CUI RAPORTĂM?

Raportul anual este un instrument de comunicare atât internă - pentru membrii organizației, cât și externă – pentru toate instituțiile și persoanele interesate. De aceea destinatarii finali ai rapoartelor anuale ale ONG pot fi:

- ✓ reprezentanții ONG;
- ✓ membrii Consiliului de Administrare/Consiliului de Directori;
- ✓ membrii asociați sau fondatori;
- ✓ angajații din organizație, voluntarii;

- ✓ beneficiarii direcți și indirecti din proiectele și programele ONC;
- ✓ donatori/finanțatori;
- ✓ Autoritățile Publice Locale de nivel I și II, cât și cele de nivel central;
- ✓ parteneri și susținători;
- ✓ instituții publice;
- ✓ comunitatea locală unde își desfășoară activitatea ONC-ul;
- ✓ mass-media locală și națională;
- ✓ orice persoane și instituții interesate de activitatea organizației.

III CINE ESTE RESPONSABIL DE ELABORAREA RAPORTULUI ANUAL?

Experiența arată, că procesul de raportare anuală trebuie să fie unul colectiv, în care este implicată echipa organizației sau cel puțin Consiliul de Administrare. Administratorul organizației este editorul final. Pe deoparte, raportul este un document de relații publice, iar pe cealaltă parte, este un proces important și util pentru dezvoltarea organizației și fortificarea echipei. Într-o organizație în care se implementează simultan mai multe proiecte, acest lucru este necesar, deoarece duce la cumulara informațiilor și rezultatelor, care vor fi transpuse în raportul anual. În acest proces membrii echipei au oportunitatea să:

- ✓ analizeze activitatea din anul precedent, identificând punctele tari și punctele slabe;
- ✓ să revadă și să revizuiască obiectivele stabilite și rezultatele atinse;
- ✓ să identifice cele mai relevante rezultate și schimbări, care vor fi incluse în raport;
- ✓ să-și consolideze identitatea organizației, îmbunătățind profesionalismul și sporind eficiența.

Conform legii raportul anual se întocmește de Administratorul organizației, care îl transmite organelor de conducere în modul prevăzut de statut. După validarea acestuia Administratorul asigură publicarea raportului anual cu privire la activitatea organizației necomerciale.

Publicarea rapoartelor anuale de către ONC-uri are anumite efecte sociale extrem de importante:

- ✓ Crește gradul de convingere a opiniei publice privind relevanța, eficiența și vizibilitatea activității sectorului nonguvernamental;
- ✓ Consolidează imaginea sectorului ONG în societate și sporește gradul de încredere al cetățenilor;

IV CE FEL DE INFORMAȚII POATE SĂ INCLUDĂ RAPORTUL ANUAL DE ACTIVITATE?

Raportul anual de activitate este un instrument important de vizibilitate și comunicare a organizației cu publicul larg. Acesta este un produs creativ al echipei organizaționale, care arată cu ce s-a ocupat și „a trăit” ONC-ul în anul de referință. La moment nu există prevederi clare și nici restrictive cu privire la raportul anual, ceea ce permite existența diferitor opțiuni legate de conținutul și forma acestuia.

În lipsa unui standard asupra structurii raportului, propunem un model de raportare clasică, care include o serie de componente de bază. Modelul poate fi dezvoltat, adaptat și condimentat

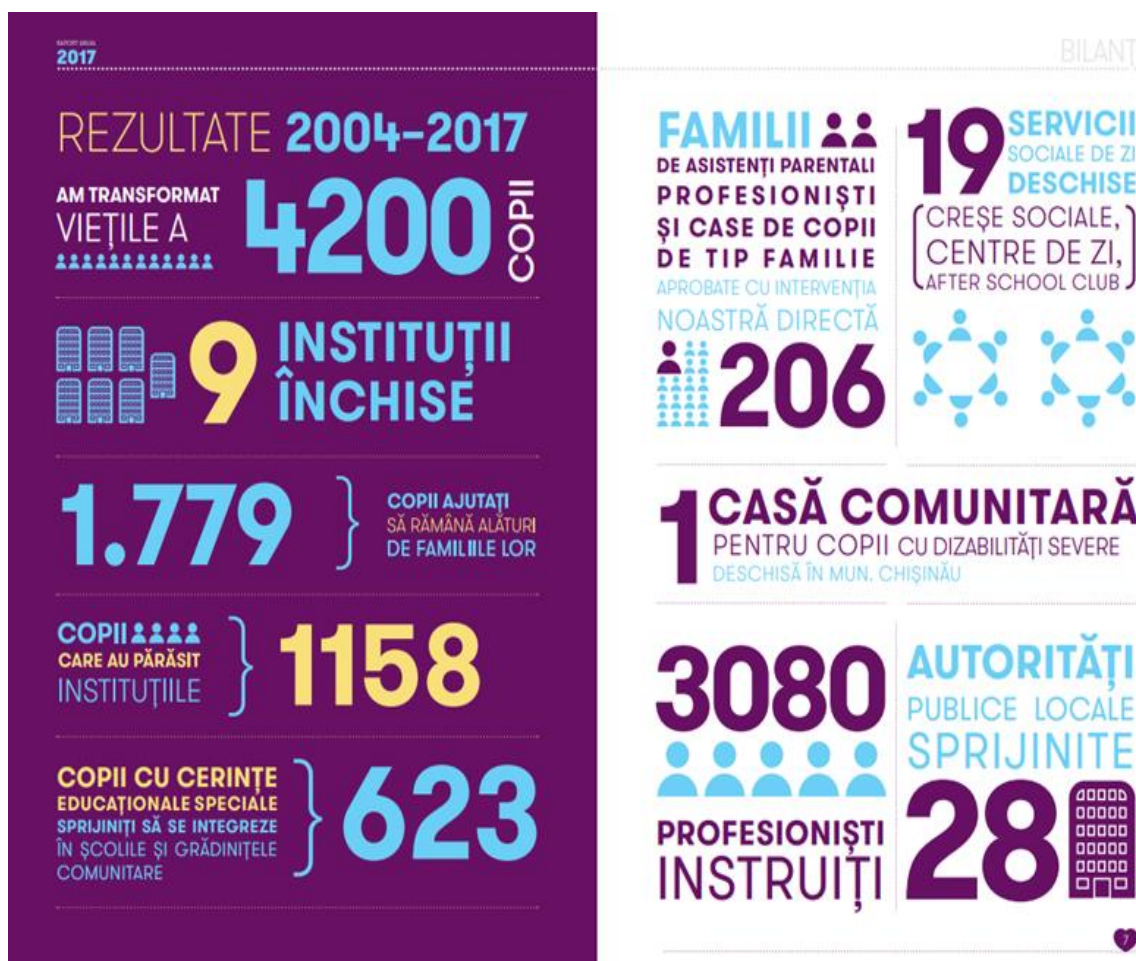
cu diferite "ingrediente" în corespundere cu viziunea și intențiile membrilor ONG. Structura recomandată a raportului anual poate include:

- ✓ **Sumarul raportului**, adică un rezumat al conținuturilor de bază;
- ✓ **Datele de identificare ale ONG-ului**: aici sunt binevenite informațiile despre adresa organizației, date de contact și anume numere de telefon, fax și e-mail, pagina web a organizației;
- ✓ **Introducere**. Această componentă, de obicei, este scrisă de președintele sau directorul executiv al organizației. Este cuvântul de salut, care elucidează reușitele organizației din anul precedent, rezultatele de bază, anumite schimbări și planuri pentru anul în curs.
- ✓ **Scurt istoric și Filosofia organizației**. Tradițional capitolul presupune informații despre ce este organizația, arealul geografic de activitate, constituirea ONG și etape de dezvoltare, cine sunt membrii, fondatorii și beneficiarii. Tot la acest capitol să poate regăsi misiunea, viziunea și valorile organizației, logoul, sloganul, imaginea QR codului organizațional și a unor bannere web, care sunt utilizate pe online.
- ✓ **Rezultatele activităților pentru anul de referință**. Prezentarea rezultatelor este componenta de bază în raportul anual, de aceea elaborarea conținutului necesită ONG-ului mai mult timp și analize. Pentru început este important să stabilim modul de structurare a informațiilor și logica prezentării. Aici trebuie să ne decidem asupra următoarelor:
 - *Prezentăm proiectele realizate și rezultatele acestora separat sau cumulativ?*. În mare parte ONG-urile realizează mai multe proiecte paralel, fiecare din acesta având rezultate specifice. În acest sens, există 2 abordări:
 - a) includem în raportul anual informațiile despre fiecare proiect în parte și rezultatele acestora, iar la sfârșit înglobată într-o pagină informațiile cumulative sau:
 - b) includem doar informațiile și indicatorii sumativi de progres și rezultat cu referire la toate proiectele implementate.
 - Prima abordare mai des este îmbrățișată de ONG-urile, care au un număr relativ mic de proiecte și doresc să vorbească despre acestea separat.
- ✓ *Descriem activitățile cronologic sau geografic?* Facem abstracție de proiectele organizaționale și descriem activitățile realizate în ordinea succesiunii în timp, de la începutul până la sfârșitul anului. O altă abordare se bazează pe principiul distribuirii geografice, repartizând activitățile realizate pe diferite arii geografice în care s-a activat;
- ✓ *Prezentăm rezultatele după tipuri de activități sau categorii de beneficiari?*. În baza acestei abordări vom structura rezultatele în baza tipurilor de activități desfășurate: de informare, de consolidare a capacităților, de re-grantare, de elaborare a documentelor de politici publice, publicații, evenimente naționale etc. Activitățile descrise vor reflecta și toate categoriile de beneficiari finali, direcți și indirecti;

Mai apoi este necesar să identificăm metodele și instrumentele prin intermediul cărora informația va fi transpusă într-o manieră interactivă, vizibilă, atractivă și ușor de citit. Aici ne referim la:

- ✓ Tabele;
- ✓ Diagrame, reprezentări grafice și Info grafice;
- ✓ Hărți geografice;
- ✓ Pictograme/imagini/desene;
- ✓ Fotografii;
- ✓ Studii de caz;
- ✓ Testimoniale;
- ✓ Copii pe documente și materiale produse ș.a.

Indiferent de modul de structurare a informațiilor este important ca în acest capitol cititorul să găsească info succintă despre: ce și-a propus organizația pentru anul de referință, ce a reușit, care sunt principalele rezultate atinse și impactul acestora, dar și planurile de viitor. Și foarte important – forma de prezentare a informației să fie captivantă, ușor de citit și să ghideze cititorul într-o narațiune sau o poveste a vieții organizației timp de un an de zile. Deseori ONG-urile la acest capitol includ nu doar informații anuale, dar și sumative, care reflectă rezultatele pe o perioadă mai lungă de funcționare a organizației.



https://ccfmoldova.org/new/wp-content/uploads/2018/08/raport_CCF_comprimat.pdf

✓ **Menționarea partenerilor** - inserarea listei partenerilor și susținătorilor ONG cu mesaje de mulțumire tuturor, care au făcut ca lucrurile să se întâmple, fiind implicați activ în producerea schimbărilor. Aici pot fi menționați patronii organizației, persoanele și instituțiile, care au oferit contribuții sub diferite forme (cu acceptul acestora):

- *Financiare* - prin intermediul platformelor online de tipul Patreon, www.participa.md, www.sprijina.md, prin platforme internaționale sau prin mecanismul de desemnare procentuală (2%);
- *Ne-financiare* – oferirea de expertiză, timp, muncă fizică, materiale, publicitate și reclamă, dreptul de utilizare a unor spații ș.a.

✓ **Informații cu caracter financiar/Raportul financiar.** Informațiile prezentate la această rubrică au scopul de informare a publicului larg cu privire la resursele financiare gestionate în anul de referință. Se recomandă ca sumarul surselor de finanțare să fie extrase din raportul de audit (dacă organizația l-a realizat). La această rubrică informațiile cu caracter financiar nu se prezintă narativ, ci se sintetizează în tabele, grafice, diagrame. Este binevenit să includem astfel de informații:

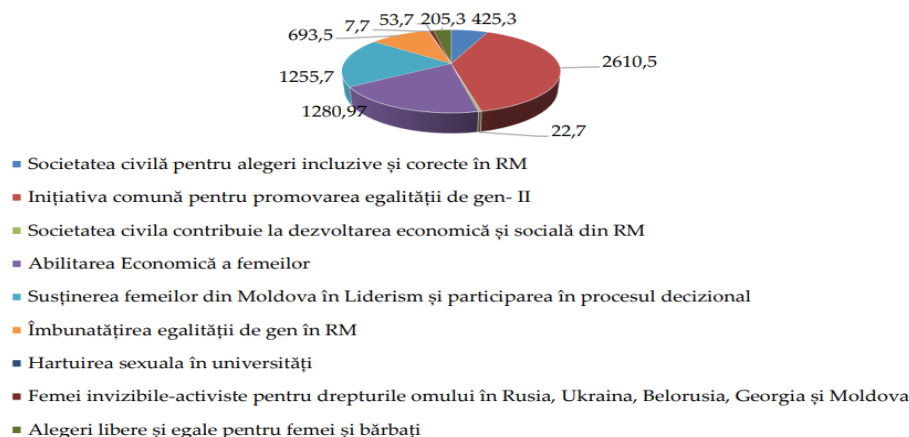
- bilanțul contabil, adică sumele totale primite/intrări/venituri, sumele utilizate/ieșiri/cheltuieli și profitul net/bugetul total gestionat în anul respectiv;
- sursa veniturilor cu menționarea finanțatorilor și donatorilor, sumele oferite și valorificate în anul de referință;
- structura și natura veniturilor și cheltuielilor.

Pentru a diversifica informațiile putem prezenta repartizarea sumelor primite/sau cheltuite după anumite criterii și ponderi procentuale (%):

- a) resurse interne (cotizații de membru, donații fondatori, sponsorizări membri...) și externe (granturi, prestare servicii, transferuri patroni...);
- b) granturi și bani generați și atrași prin autofinanțare (colectare fonduri, prestare servicii...).

Tot aici putem include informații financiare cumulative pentru o perioadă de câțiva ani (de exemplu, ultimii 3 sau 5 ani, sau de la începutul activității organizației). Prin reflectarea dinamicii financiare pentru ultimii ani putem conchide asupra viabilității și durabilității financiare a organizației necomerciale. Unele organizații includ raportarea financiară într-un document separat – Raportul cenzorului organizației:

Proiecte implementate în 2019 și volumul de încasări (mii lei)



file:///C:/Users/User/Downloads/9839_cpd_cenzor_raport_2019.pdf

- ✓ **Vizibilitatea organizației și prezența în presă** – este capitolul în care organizația menționează partenerii și sursele media, care au asigurat transparența și vizibilitatea activității organizaționale, se includ link-uri și platforme utilizate în acest scop. Mai nou, aici pot fi incluși indicatori de vizibilitate – număr de prieteni pe rețele de socializare, număr aprecieri și impact la cele mai relevante evenimente din anul de referință. În textul descriptiv pot fi incluse și capturi de ecran, care vor confirma veridicitatea informațiilor.
- ✓ **Mulțumiri pentru echipă, voluntari, susținători și adresarea de a sprijini organizația noastră.** Aici este spațiul în care ar trebui să aducem mulțumiri echipei organizației și voluntarilor pentru efortul depus în realizarea obiectivelor pentru anul finalizat. De obicei, uităm să ne mulțumim nouă, celor care am stat la cârmă și am catalizat lucrurile pentru atingerea rezultatelor dorite și așteptate de beneficiari. Mai putem insera și o adresare către toți cititorii ca să susțină organizația. Cum poți să ne ajuți?
 - a) prin mecanismul de desemnare procentuală - direcționează 2% din impozitul pe venit;
 - b) fii voluntar și implică-te alături de noi;
 - c) fă o donație;
 - d) procură produsele și serviciile noastre.

Conform legii cu privire la organizațiile necomerciale Raportul anual de activitate al ONG trebuie să conțină informații referitoare la activitățile desfășurate, valoarea mijloacelor financiare și a materialelor obținute și folosite, precum și alte informații relevante.

De aceea, în concluzie putem menționa, că structura propusă în acest ghid este una orientativă, dar nicidecum una finală și obligatorie. Atunci când elaborezi an de an raportul anual în baza experiențelor noi începi a intui ce ar mai trebui să includă raportul organizației ca să fie complet, informativ și util pentru grupurile țintă.

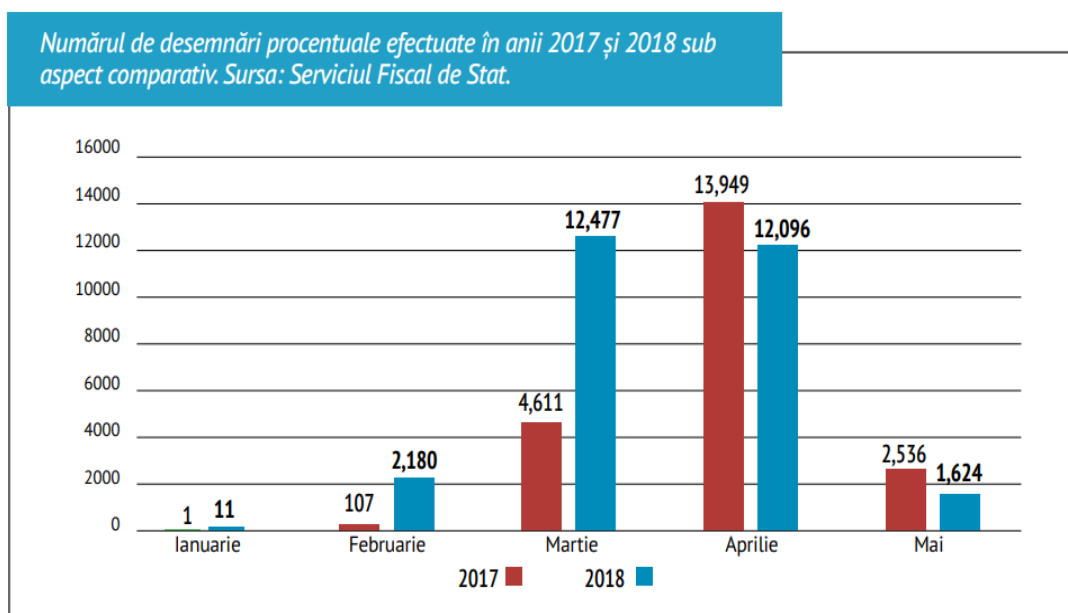
V CE INSTRUMENTE INTERACTIVE DE PREZENTARE A INFORMAȚIILOR PUTEM UTILIZA?



Pentru o prezentare atractivă a conținutului există diverse opțiuni, instrumente și tehnici. Fiecare dintre acestea poate fi folosită cu un anumit scop și pentru un anumit tip de informații. Dar să le luăm pe rând.

1. Tabele. Tabelul (sau Tabela) este, posibil, cea mai cunoscută și utilizată metodă. Tabelul este o bază de date în care se face ordonarea pe rânduri orizontale și coloane verticale după diferite criterii a datelor sau textelor culese. Caracteristica de bază a tabelului este că acestea păstrează toate informațiile sau datele. Utilizăm tabele atunci când avem mulți indicatori cantitativi și dorim să îi structurăm pentru a pune în valoare fiecare cifră/număr ce reflectă un rezultat obținut. Ele se formatează ușor în Microsoft Office Word, dar pot fi incluse și extrase din Microsoft Excel, dacă nu sunt foarte complexe și cu multe tipuri de informații.
2. Diagrame, reprezentări grafice și Info grafice. Utilizăm reprezentările grafice atunci, când vrem să dăm sens datelor într-un mod structurat, accentuând relațiile dintre idei, date, informații și concepte.

Există o serie de instrumente grafice printre care: diagramele, graficele, hărțile vizuale ș.a. Acestea au o serie de avantaje: ajută la înțelegerea conținutului, facilitează învățarea, dezvoltă gândirea structurată, crește creativitatea. Tipurile mai noi de reprezentări grafice sunt: Hartă mentală (engleză, Mind map), Hartă conceptuală (engleză, Concept Map), Infographics. În utilizarea reprezentărilor grafice este necesar să avem o iconografie clară, o utilizare strategică a culorilor și informații clare și structurate.

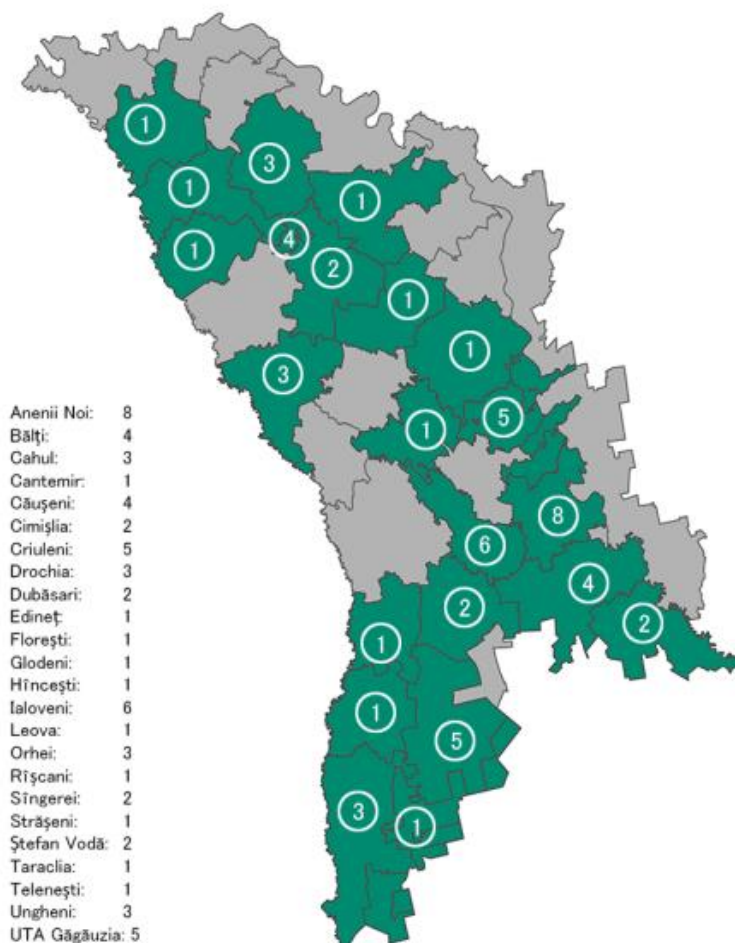


<https://crjm.org/wp-content/uploads/2020/11/Raport-activitate-CRJM-2019.pdf>

3. Hărți geografice. Harta este o reprezentare grafică de tip convențional a elementelor dintr-un spațiu pe suprafața planșei de hârtie conform unei scări de proporție și a unei proiecții stabilite. Harta este un instrument vizibil și ușor de înțeles. În rapoartele anuale utilizăm cel mai des harta Republicii Moldova sau a regiunii în care activăm. De obicei, utilizăm harta geografică, când dispunem de informații descriptive în profil teritorial.

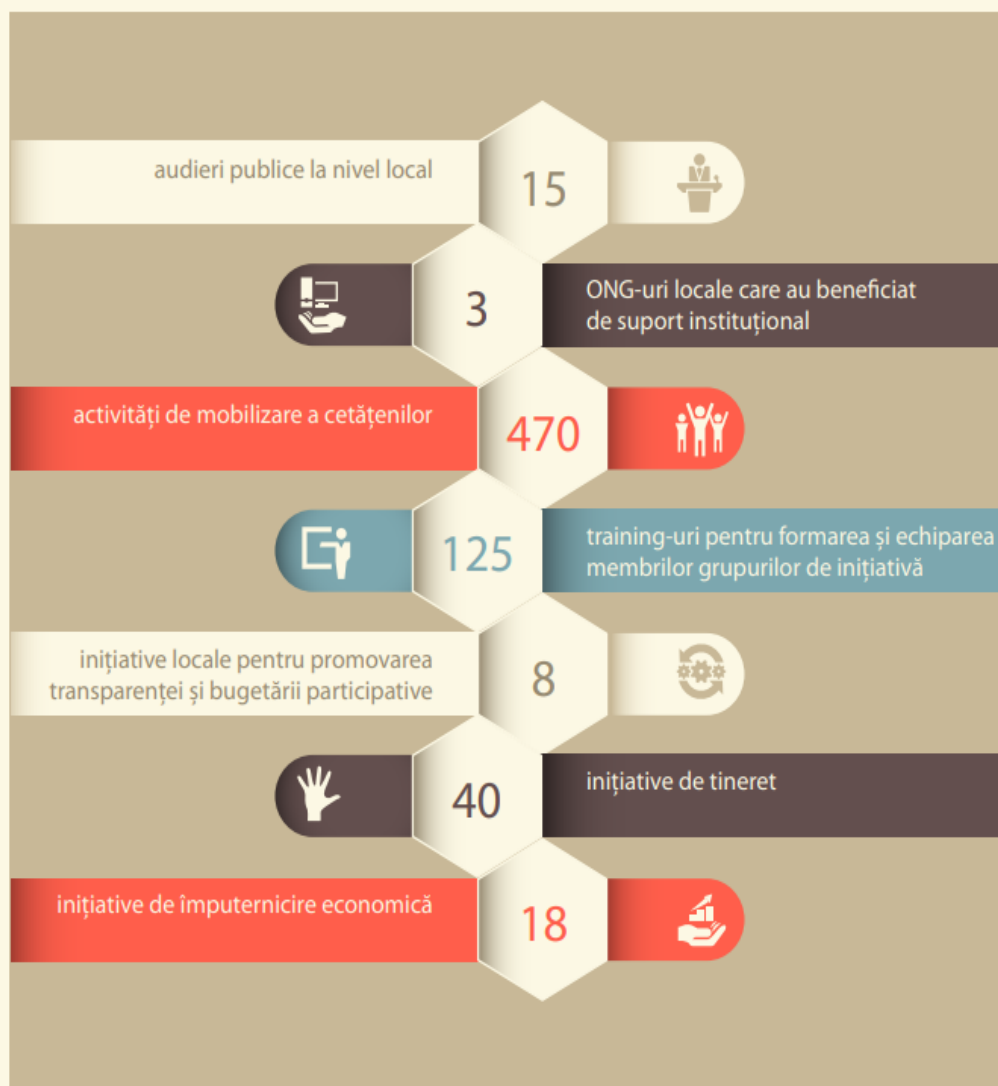
Pe hărți putem marca diverse tipuri de informații: zonele, regiunile sau localitățile în care dezvoltăm proiecte, localitățile în care locuiesc beneficiarii, inițiative locale implementate, amplasarea partenerilor din regiune și țară.

INIȚIATIVE LOCALE IMPLEMENTATE DE BENEFICIARI CENTRULUI CONTACT: 2019-2020



https://contact.md/wp-content/uploads/2021/05/RAPORT-anual_CONTACT.pdf

4. Pictograme/imagini/desene. Pictograma este un cuvânt compus, provenit din "picto" și "graphein", semnificând "a scrie prin pictare". Când utilizăm pictogramele, înseamnă că noi descriem informații pictând. Pictograma este un simbol, desen sau un șir de desene simbolice, sugestive, prin care sunt redată concepte, obiecte, activități, locuri și idei. Astăzi în epoca tehnologiilor informaționale pictogramele sunt foarte utilizate. Ele ajută la generalizarea informațiilor, clasificarea pe domenii sau categorii, cumularea. Există diverse instrumente digitale, cum ar fi: Canva, InDesign, Piktochart ș.a.



https://www.iri.md/wp-content/pdf/iRi.preRaportAnual.2020_ro.pdf

5. Fotografii. În ultimele decenii scopul fotografiei s-a schimbat. Dacă cu mai mulți ani în urmă fotografiile clasice reprezentau evenimente de familie, astăzi ele au căpătat un caracter informativ și pot fi utilizate cu cele mai diverse intenții. O fotografie bine aleasă vorbește mai mult decât o narațiune, vizualizează situația, invită la reflecție. Fotografiile pot prezenta problemele, dar și soluțiile; beneficiarii și partenerii sau echipa; pot fi imagini întregi sau părți dintr-un întreg. Fotografia poate fi ușor prelucrată, copiată, transpusă, transmisă. De aceea fotografia este cel mai universal instrument și o sursă valoroasă pentru raportările anuale. Se încurajează utilizarea fotografiilor în rapoartele anuale, dar în anumite situații, cu respectarea cerințelor legate de protecția datelor cu caracter personal.

Promovarea participării publice și activismului



https://cere.org/wp-content/uploads/2020/05/Raport-Anual-CeRe-2019_RO-1.pdf

6. Studii de caz/ storytelling/povești organizaționale. Oamenilor le plac poveștile inspiraționale. Storytelling este o tehnică de comunicare, care constă în a spune o poveste care să atragă atenția și să transmită un mesaj capabil să stimuleze o dorință specifică, convingându-i să realizeze același lucru. Pe scurt: este vorba de a convinge spunând o poveste. Dacă prin activitatea organizației ați reușit să atingeți anumite schimbări în viața oamenilor legate de viziuni, convingeri, atitudini, abilități sau comportament, atunci cea mai indicată metodă este povestea sau storytelling-ul. Este povestea beneficiarului/beneficiarilor în viața cărora, grație proiectului, s-au produs schimbări, iar aceste schimbări prin comunicare creativă pot "contamina" și alte persoane să facă la fel.
7. Testimoniile sunt niște mărturii autentice ale beneficiarilor organizației Dv. Acesta este un instrument mai mult de marketing, care duce la promovarea activităților organizaționale, creșterea încrederii și credibilității, micșorează reticența, sporește convingerea și construiește o imagine pozitivă asupra organizației și rezultatele muncii acesteia. Testimoniale includ texte, dar și fotografii. Nu uităm, că utilizăm testimoniale cu acordul persoanei nominalizate, dar și cu respectarea cerințelor legate de protecția datelor cu caracter personal. Exemplu de testimoniale:



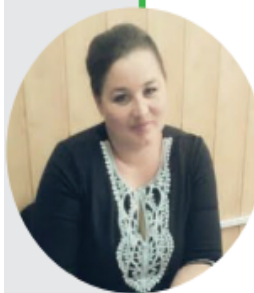
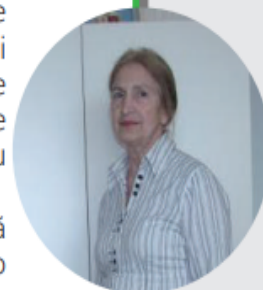
Iurie Crăciuneac, Șef Inspekția Teritorială de Muncă Cahul

„Una din cele mai mari probleme în cadrul relațiilor de muncă este abuzul angajatorului față de salariat. Acest aspect se datorează faptului că salariații nu își cunosc drepturile, nu cunosc aspectele legale elementare ale relațiilor de muncă. „Alfabetizarea” tinerilor – viitori salariați – cu legislația muncii trebuie să fie un element indispensabil al formării deprinderilor de viață și a cetățeanului responsabil și protejat. În acest sens activitățile din cadrul proiectului „Oportunități profesionale și integrarea socială a tinerilor dezavantajați din zonele rurale de la sudul RM” ce țin de „Angajarea în câmpul muncii în RM – drepturi și obligații” vin să completeze abilitățile tinerilor și să prevină abuzurile angajatorilor. Activitatea implică atât sensibilizarea, informarea cât și instruirea beneficiarilor cu elemente ale angajării în câmpul muncii”.

Domenco Zinaida, Șef CSPT „Agape” Cahul

„Acordul de colaborare dintre Centrul CONTACT- Cahul și Centrul de Sănătate Prietenos Tinerilor „Agape” Cahul are ca urmare ameliorarea stării sănătății adolescenților și tinerilor și crearea premiselor benefice de dezvoltare și integrare socială a acestora în comunitate prin intermediu sporirii accesului la servicii de sănătate prietenoase tinerilor, ce ajută la reglarea relațiilor de comunicare cu semenii și interacțiunii tensionate cu adulții.

Activitățile comune prin desfășurarea orelor de formare a deprinderilor de viață contribuie la micșorarea riscului aderării la grupurile asociale și antisociale și au o mare influență asupra procesului de formare a personalității în principiile de educație, nivelul de informare referitor la problemele apărute, la normele și predispozițiile sociale, la nivelul de cultură generală.”



Алена Козарь

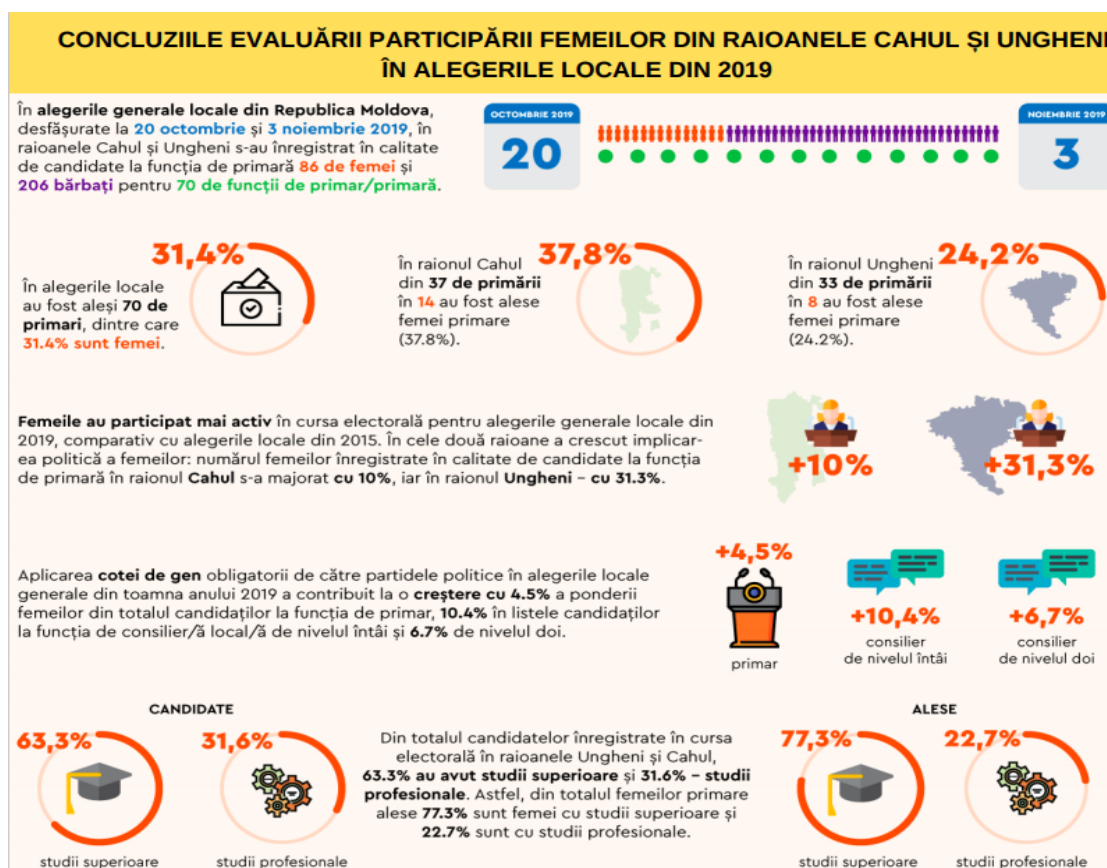
*Заместитель Начальника Главного Управления
Здравоохранения и Социальной Защиты.*

(г.Комрат):

„Мы очень рады возможности быть частью Проекта «Профессиональные возможности и социальная интеграция незащищенной/уязвимой молодежи из сельской местности Юга Молдовы». Данный Проект оказывает поддержку социальным ассистентам региона в виде обучающих семинаров, что является важным редким и очень важным видом поддержки для нас”.

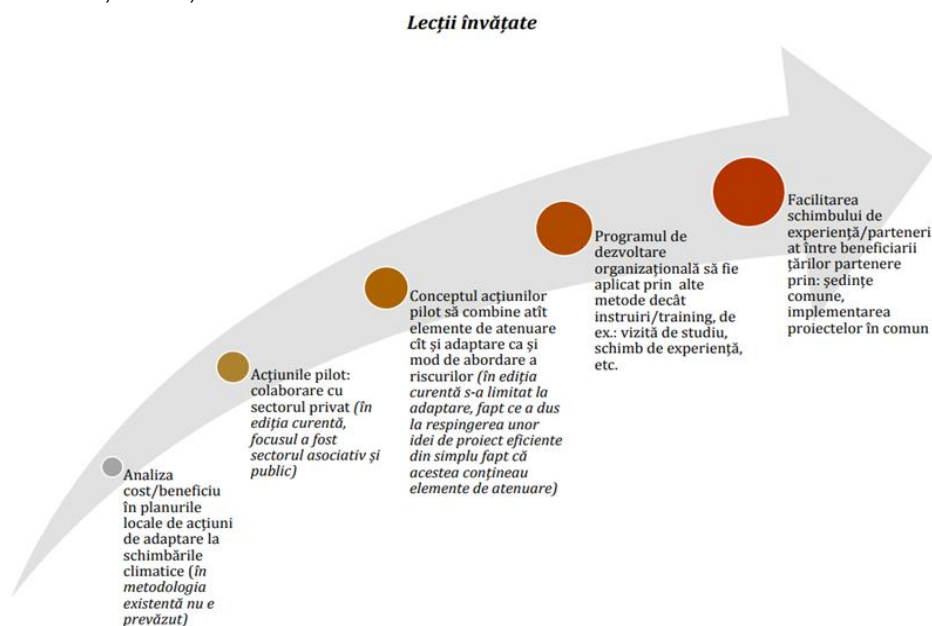
file:///C:/Users/User/Downloads/raport-anual_-2015_centrul-contact-cahul.pdf

8. Copii pe documente și materiale produse, studii, cercetări ș.a. La sfârșitul raportului putem insera și copii pe produsele organizaționale mai mult sub formă de imagini, fotografii sau referințe decât ca documente în întregime.



http://ivcmoldova.org/wp-content/uploads/2021/06/Raportul-Anual-2020_pentru-site.pdf

9. Altele. Spectrul tipurilor de informații din rapoartele ONG-urilor nu se oprește aici. Analiza multiplelor rapoarte ne arată că mai pot fi incluse:
- 9.1. Lecții învățate:



https://www.ecocontact.md/wp-content/uploads/2018/02/2016_Raportarea_EC_activites.pdf

- 9.2. Tipurile de activități de formare la care a participat echipa ONG-ului;
- 9.3. Echipa ONG-ului – fotografii cu nominalizarea angajaților și funcțiile acestora;
- 9.4. ...

VI CE VOM FACE DUPĂ ELABORAREA RAPORTULUI?

- ✓ Decidem dacă raportul va fi doar în versiune electronică sau dispunem de resurse pentru imprimarea acestuia;
- ✓ Machetăm documentul și îl pregătim pentru imprimare sau postare online
- ✓ După încheierea anului financiar publicăm raportul pe pagina web, rețele socializare și toate canalele de comunicare utilizate de organizație, inclusiv donatorilor și beneficiarilor tăi;
- ✓ Când dispunem de resurse financiare edităm și printăm raportul în mai multe exemplare, după care îl distribuim.

VII CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI FINALE.

Un raport anual oferă cititorului o prezentare comprehensivă despre activitatea organizației în anul de referință. Acesta este un produs care asigură motivarea, inspiră încredere și generează bucurie pentru rezultatele obținute și munca de echipă. Pentru elaborarea unui astfel de raport țineți cont de următoarele recomandări:

- ✓ Coperta raportului trebuie să fie atractivă;
- ✓ Informațiile concise expuse logic și cronologic;
- ✓ Începeți cu povestea organizației și adresarea administratorului/ președintelui/ directorului executiv;
- ✓ Utilizați un design creativ pentru a capta atenția și menține interesul;
- ✓ Asigurați-vă de calitatea și claritatea elementelor grafice și a fotografiilor;
- ✓ Utilizați culori, dar nu faceți abuz, se recomandă să utilizați cel mult trei culori;
- ✓ Nu uitați de componenta financiară;
- ✓ Mai preferabil să utilizați rapoartele online decât cele tipărite, acestea vă pot asigura un nivel mai deosebit de design și creativitate, dar și vor confirma grija organizației Dv. pentru mediu;
- ✓ Și cea mai importantă recomandare – elaborați rapoartele anuale și din experiența acumulată veți decide, care sunt cele mai solicitate și utile informații pentru beneficiarii Dvs.

WEBOGRAFIE

1. Trusă de vizibilitate și comunicare pentru ONG-uri, Autor: Natalia Șeremet, 2019
<https://crjm.org/wp-content/uploads/2019/03/CRJM-ghid-trusa-vizibilitate-ONG-FINAL-web.pdf>
2. Ce este o reprezentare grafică, sursa: internet
<http://rom.explainwell.org/index.php/table-of-contents-map-your-knowledge/what-is-a-graphical-representation/>
3. Idei pentru următorul raport anual. Sursa: Adobe
<https://www.adobe.com/ro/creativecloud/business/teams/use-cases/annual-report-design.html>
4. Storytelling – ce este și cum se folosește eficient. Sursa: internet.
<https://www.jurnaldedigitalmarketing.com/digital-marketing/storytelling-ce-este/>
5. Raport anul Centrul CONTACT 2019-2020, sursa: site contact.md
https://contact.md/wp-content/uploads/2021/05/RAPORT-anual_CONTACT.pdf
6. Raport anual preliminar IRI 2020, sursa: iri.md https://www.iri.md/wp-content/pdf/iRi.preRaportAnual.2020_ro.pdf
7. Raport anual 2019 Centrul de Resurse pentru participare publică, sursa: cere.ong
https://cere.ong/wp-content/uploads/2020/05/Raport-Anual-CeRe-2019_RO-1.pdf



 MD-2012, Moldova, Chisinau,
str. Bucuresti 83

 +373 (022) 233946, 233947
+373 068386664

 info@contact.md,
info.ong.contact@gmail.com;

 www.contact.md