



# DEMOCRACY COMMISSION SMALL GRANTS PROGRAM

## NARRATIVE REPORT FORM

Please fill out and send this form electronically to the grants program coordinator.  
**Please note** that failure to return the monitoring form may jeopardize future awards

### 1. GENERAL INFORMATION:

Organization Name: Eco-Razeni Association

Grant Number: SMD700-09-GR057

Project period (mm/dd/yy): From 06/26/09 to **07/31/09**

### 2. PROJECT IMPLEMENTATION INFORMATION:

#### a. Grant consistency

Activitățile din cadrul proiectului au fost realizate în mare parte conform Acordului de grant. Excepție s-a făcut la graficul desfășurării Caravanei, care a durat patru zile una după alta (24 - 27 iulie) din motivul că acest grafic a fost propus de către voluntari și instituțiile partenere din localitățile raionului, argumentul lor fiind: cu cât acțiunile de informare vor fi desfășurate mai aproape de ziua alegerilor, impactul acestora asupra beneficiarilor va fi mai evident. A fost schimbată una dintre localitățile planificate pentru desfășurarea Caravanei: Bardar pe Mileștii Mici, din cauza că instituțiile contactate din localitatea respectivă nu au fost destul de receptive pentru a colabora.

În buget, discrepanță vădită este între liniile de buget: Personnel și Fringe Benefits din cauza legislației fiscale naționale care se schimbă în permanență și nu e posibil de făcut o planificare financiară exactă la capitolul Fringe Benefits, iar la momentul implementării proiectului organizația nu are dreptul să încalce legislația fiscală în vigoare.

#### b. Impact on participants

Conform datelor statistice ale CEC referitoare la participarea alegătorilor la votare pe 29 iulie, gradul de participare a cetățenilor cu drept de vot (în comparație cu alegerile din aprilie) a crescut la nivel de raion cu 5%, în localitățile unde s-a desfășurat Caravana a crescut în medie cu 7%, cel mai mult a crescut cu 10% în orașul Ialoveni. Persoanele care au beneficiat de produsele proiectului s-au arătat destul de interesate de tematica proiectului: s-au implicat în discuții despre alegeri, au citit extrasele din programele concurenților electorali expuse în cortul mobil, au scris mesaje partidelor politice, au apreciat acțiunile noastre și au promis că vor merge să voteze. Analiza datelor statistice a blogului de educație electorală ne demonstrează că persoanele care l-au accesat au manifestat interes nu doar despre alegerile parlamentare în general, dar au accesat paginile cu listele candidaților și programele electorale ale partidelor politice, lista secțiilor de votare și materialele promoționale elaborate în cadru proiectului.

#### c. Impact on organization

Eco-Răzeni a obținut noi experiențe în domeniul organizării campaniilor de informare a publicului larg prin desfășurarea Caravanei de informare și educație electorală "Toată lumea VOTEAZĂ". Utilizarea noilor instrumente de informare: cortul mobil, show-ul în aer liber, distribuirea în stradă a materialelor informaționale și promoționale, a fortificat capacitățile echipei de a realiza acțiuni de mobilizare în masă și de a coordona grupuri de voluntari din mai multe localități. În timpul implementării proiectului s-a conturat parteneriatul cu autoritățile publice locale de ambele nivele și Consiliul raional al tinerilor, a fost o primă experiență reușită de colaborare cu Secția Cultură, acest lucru a contribuit la îmbunătățirea imaginii organizației la nivel regional atât în rândul instituțiilor publice cât și a cetățenilor.

În timpul proiectului a fost completat Registrul tinerilor din raionul Ialoveni cu noi date de contact ale beneficiarilor care vor fi utilizate ulterior pentru diseminarea informațiilor utile tinerilor.

#### d. Impact on community

Desfășurarea activităților proiectului în localitățile raionului a impulsionat interesul cetățenilor cu drept de vot față de alegerile parlamentare și alte subiecte electorale, acest rezultat s-a obținut datorită faptului că s-au folosit metode neformale de informare și educație electorală. Spiritul civic animat în comunitățile beneficiare a determinat schimbarea comportamentului electorol și a constituit o nouă lecție de cultură civică învățată de cetățenii din zonele rurale.

Consiliul raional al tinerilor a devenit o structură de tineret funcțională și vizibilă în regiune, în consecință, comunitățile care au delegat tinerii consilieri să-i reprezinte au beneficiat de un proiect realizat cu implicarea acestora.

#### e. Future impact of the program

Materialele promoționale și informative (calendare, tricouri, blogul) vor asigura un impact pe viitor al proiectului fiindcă vor fi utilizate de beneficiari mai mult timp fiindcă conțin pe ele slogane care pot motiva persoanele să devină cetățeni activi și informații utile necesare pentru facilitarea procesului de participare civică.

Parteneriatul stabilit în timpul acestui proiect între actori comunitari din diferite localități va asigura dezvoltarea cu succes pe viitor a noi campanii de informare a publicului larg în baza experienței obținute.

Consiliul raional al tinerilor a devenit un partener strategic al Asociației obștești "Eco-Răzeni", astfel va crește eficiența eforturilor de a anima spiritul civic în rândul tinerilor din regiune fiindcă experiența organizației noastre va fi împărtășită cu tinerii consilieri care reprezintă comunitatea tinerilor din întreg raionul iar activitățile realizate în parteneriat vor fi dezvoltate de ambele părți de la planificare până la evaluare.

**f. Total number of direct beneficiaries**

- 128 tineri din 14 localități implicați în organizarea și desfășurarea acțiunilor de informare și educație electorală;
- 2053 vizitatori ai blogului de educație electorală [www.primulvot2009.wordpress.com](http://www.primulvot2009.wordpress.com);
- circa 2300 tineri alegători cu vârsta între 18 - 20 ani au primit invitații la vot prin poștă, email sau sms;
- circa 3600 persoane din 8 localități beneficiari ai materialelor informative și promoționale (calendare de perete, stilouri, baloane, tricouri) în cadrul Caravanei de informare și educație electorală "Toată lumea VOTEAZĂ".

**g. Plans or projects conceived:**

Partenerii proiectului au convenit asupra faptului de a utiliza în perspectivă tehnici noi și eficiente de informare în diverse domenii de interes și mobilizare a publicului larg practicate în cadrul acestui proiect (caravana, cortul mobil, show-ul în aer liber, distribuirea în locuri publice a materialelor promoționale și informative, bloguri).

Astfel, în următoarele 6 - 9 luni se vor organiza campanii de sensibilizare a publicului larg privind: libertatea întrunirilor, democrația electronică, accesul liber la informație, prevenirea tuturor formelor de violență, libertatea de exprimare.

**h. Problems encountered and solutions:**

a) în una dintre localitățile în care am planificat să desfășurăm caravana autoritățile publice au refuzat colaborarea din motive că mulți funcționari sînt în concediu și nu are cine să coordoneze activitățile, în această situație am apelat urgent la administrația altei localități cu care deja am colaborat anterior;

b) multe dintre autoritățile publice aveau temeri că vom desfășura acțiuni de partizanat politic, însă împreună cu demersul de a ne permite să desfășurăm activitățile proiectului pe teritoriul localității respective unde ne-am luat responsabilitatea de a nu face agitație electorală în favoarea vreunui concurent electoral am prezentat și materialele promoționale și de informare care vor fi distribuite;

**i. Lessons learned:**

a) mobilizarea reală a tinerilor este posibilă dacă: se menține o comunicare permanentă cu aceștea, sînt motivați, primesc sarcini clare și cu finalitate, sînt implicați în acțiuni neformale, sînt susținuți de autoritățile publice, interacționează cu semeni din alte localități, rezultatele acțiunilor lor sînt promovate;

b) utilizarea în mediul rural a tehnicilor noi de informare (caravana, cortul mobil, show-ul în aer liber, distribuirea în locuri publice a materialelor promoționale și informative) au impact imediat asupra beneficiarilor;

c) autoritățile publice devin mai cooperante cînd sînt implicate ca parteneri în cadrul proiectului și le sînt delegate responsabilități clare, văd că inițiativele tinerilor sînt durabile.

**j. Project Publicity:**

Pentru a cuprinde un grup mai larg și variat de beneficiari, în promovarea activităților proiectului am utilizat două canale de mediatizare: paginile web care sînt vizitate mai mult de tineri și presa scrisă regională fiindcă este mai populară în rîndul adulților și a instituțiilor guvernamentale. În medie, au fost publicate cîte 1 - 2 articole în Ziarul regional "Ora Locală", pe paginile web: [www.ialovenionline.md](http://www.ialovenionline.md), [www.ecorazeni.wordpress.com](http://www.ecorazeni.wordpress.com) și [www.civic.md](http://www.civic.md).

Un alt instrument de promovare a proiectului a fost blogul de educație electorală [www.primulvot2009.wordpress.com](http://www.primulvot2009.wordpress.com), actualizat zilnic de tineri voluntari din echipa de proiect și accesat în medie pe zi în luna iulie de 42 persoane.

**k. Comments and suggestions for improving the program:**

Nu sînt

**l. Address change**

Nu sînt