

MANUAL DE BUNE PRACTICI

INCLUZIUNEA PROFESIONALĂ
A CETĂTENILOR ȚĂRILOR TERȚE

MiRAGE



Co-finanțat de Comisia Europeană, proiectul este implementat de un parteneriat multi-actori din 8 țări UE, compus din 9 ONG-uri, 1 sindicat, 1 centru de educație vocațională și un furnizor de formare.



Acest ghid este co-finanțat prin
Fondul Azil, Migrație și Integrare
(FAMI) al Uniunii Europene

Contact:

www.mirageproject.eu
info@mirageproject.eu

Cuprins

2	INTRODUCERE	21	2. AUTO-OCUPARE
3	1. ANGAJATORI	22	Aladin Foods <i>(Bulgaria - Alimentație publică)</i>
4	Hôtel Magdas <i>(Austria - Servicii turistice)</i>	24	Barako Kávéház <i>(Ungaria - Magazin de cafea)</i>
6	Cartiera coop. soc. <i>(Italia - Sectorul de producție)</i>	26	Kabulagna <i>(Italia - Alimentație publică)</i>
8	Big Mamma <i>(Franța - Alimentație publică)</i>	28	SC KAREMA FRUCT SRL <i>(România - Magazin alimentar)</i>
10	A Lundi <i>(Franța - Recrutare)</i>	30	Taybat <i>(Austria - Magazin alimentar)</i>
12	CITY GRILL <i>(România - Alimentație publică)</i>	32	3. PROIECTE
14	Mala Gasztro Ltd <i>(Ungaria - Alimentație publică)</i>	34	Ghid de informare Cipru pentru cetățeni din state terțe <i>(Cipru - Proiect UE)</i>
16	Östra Grevie Folkhögskola <i>(Suedia - Educație/ sector public)</i>	36	Mediul de lucru suedez Peers Bridge <i>(Suedia - Proiect)</i>
18	Adecco <i>(Franța - Recrutare)</i>	38	Transformify <i>(Platformă globală - software de resurse umane)</i>
		40	CONTEXTUL NAȚIONAL: ROMÂNIA



Acest manual prezintă cele mai reprezentative studii de caz din cadrul cercetării realizate de către partenerii consorțiului MIraGE din 8 țări (Bulgaria, Suedia, Italia, Franța, Austria, Cipru, România, Ungaria). Proiectul MIraGE are o durată de 3 ani și este co-finanțat de Uniunea Europeană prin Fondul de Azil, Migrație și Integrare (FAMI) fiind derulat în parteneriat de 12 organizații din 8 țări europene pentru îmbunătățirea incluziunii profesionale a resortisanților țărilor terțe.

Următoarele 16 studii de caz au fost alese pentru a prezenta **cele mai bune practici implementate în diferite contexte sociale, economice și legislative**, toate având același obiectiv: promovarea incluziunii profesionale atât a angajaților cât și a antreprenorilor, resortisanți țări terțe (rtt). Oferind diferite exemple de practici și atitudini adoptate în cele opt țări pentru depășirea dificultăților întâmpinate, aceste studii de caz pot fi văzute ca exemple concrete și inspirație atât pentru angajatori cât și pentru antreprenori.

Studiile de caz au fost **împărțite în 3 capitole**: primul capitol prezintă bunele practici utilizate de angajatori, al doilea capitol prezintă studiile de caz ale celor care desfășoară o activitate independentă, iar cel de al treilea capitol prezintă proiecte naționale și europene create atât pentru angajatori cât și pentru antreprenori, în care se urmărește crearea de instrumente și condiții pentru incluziunea lucrătorilor din țări terțe.

La finalul manualului, după prezentarea studiilor de caz, se găsește Contextul National specific fiecărei țări, care cuprinde un rezumat al reglementărilor legale și administrative în vigoare și oferă cititorilor link-uri pentru a consulta mai multe informații legate de acestea.

Manualul a fost creat atât ca un instrument de consultare pentru angajatori și pentru antreprenori cât și ca material de referință ce va fi folosit pentru activitățile de formare din cadrul proiectului MIraGE. Conținutul acestuia a fost structurat în acest sens: informații cheie și bune practici au fost evidențiate pentru fiecare studiu de caz cu scopul de a-l ghida pe cititor pe măsură ce consultă manualul.



Angajatori

Acești angajatori europeni au reușit să transforme nevoia de a angaja lucrători rtt într-o oportunitate de a-și îmbunătăți propria afacere și de a aduce plus valoare în cadrul societăților și comunităților locale în care activează.

Hotel Magdas

(AUSTRIA –SERVICII TURISTICE)

Hotelul Magdas este o afacere socială construită în spirit antreprenorial având ca principal obiectiv rezolvarea problemelor sociale acolo unde este posibil și benefic.

Magdas a fost fondat de Arhiepiscopia Caritas din Viena în aprilie 2012 și este localizat în centrul Prater-ului, din Viena. Acesta are o capacitate de 88 de camere, iar echipa managerială este formată din profesioniști - atât localnici cât și refugiați. Hotelul face parte dintr-un proiect mai amplu denumit Magdas, care demonstrează că succesul comercial și responsabilitatea socială nu reprezintă o contradicție în termeni. Obiectivul acestei întreprinderi sociale este acela de a crea locuri de muncă și oportunități semnificative pentru cei care au puține șanse de a-și găsi un loc de muncă.

În prezent, în total **sunt 200 de angajați** la care se adaugă 10 ucenici ce numără **14 naționalități**, care lucrează în cadrul hotelului Magdas, în atelierele de reciclare, servicii de curățenie, și catering, iar aceștia aduc laolaltă o bogată varietate de povești personale și experiențe de viață.

La Magdas este convingerea că cei care vin aici din alte țări ajută la consolidarea afacerii, deoarece aceștia provin din culturi diferite și în același timp aduc cu ei diferite abilități, talente, experiențe, iar toate acestea contribuie la unicitatea hotelului.

Majoritatea angajaților sunt refugiați, o caracteristică ce face dificilă găsirea unui loc de muncă în Austria. Câteva din provocările pe care aceștia le întâmpină într-o primă etapă este faptul că nu vorbesc limba germană, reticența multor angajatori, și faptul că pot aplica pentru un loc de muncă abia după ce primesc un răspuns pozitiv pentru cererea de azil din partea autorităților, răspuns care poate veni în câteva luni sau în câțiva ani, împiedicând astfel integrarea acestora.

Contribuind cu experiența și abilitățile sale, fiecare angajat în parte contribuie la unicitatea acestui loc.

DESCRIEREA PROIECTULUI



În baza experienței acumulate în primul an de proiect, Magdas și-au revizuit câteva din practicile de angajare, astfel:

- Obligatorietatea ca noii recruți să aibă un minim de experiență de bază;
- Au devenit mai restrictivi în privința regulilor și reglementărilor;
- Au început să ofere instruire personalului precum cursuri de limbă germană, de TIC și de competențe interculturale. În plus, personalul beneficiază de sprijinul a doi asistenți sociali/terapeuți care le oferă suport pe parcursul procesului de integrare

INFORMAȚII CHEIE

90%

dintre angajați sunt cetățeni
ai țărilor terțe

14

țări de proveniență

20

de limbi vorbite

BUNE PRACTICI

- 1 Cei doi asistenți sociali care oferă suport pe parcursul procesului de integrare.
- 2 Formare în competențe interculturale, oferind informații asupra culturii și tradițiilor din Austria
- 3 Cursuri gratuite de limbă germană și competențe interculturale.
- 4 Angajarea rtt care au un minim de experiență de bază.

Cartiera coop. soc.

(ITALIA- SECTORUL DE PRODUCȚIE)

Un start-up înființat în iulie 2017 cu scopul de a crea noi oportunități de angajare pentru localnici activând într-un domeniu internațional.

Înființată ca un start-up în 2017 și stabilită ulterior ca o întreprindere socială tip cooperativă în mai 2018, Cartiera fabrică și vinde **accesorii de modă de înaltă calitate** confecționate din piele și materiale textile, dezvoltând în același timp **căi de instruire conduse de meșteri meseriași** cu scopul perfecționării profesionale și integrării celor aflați în nevoie, respectiv solicitanți de azil, migranți și șomeri vulnerabili.

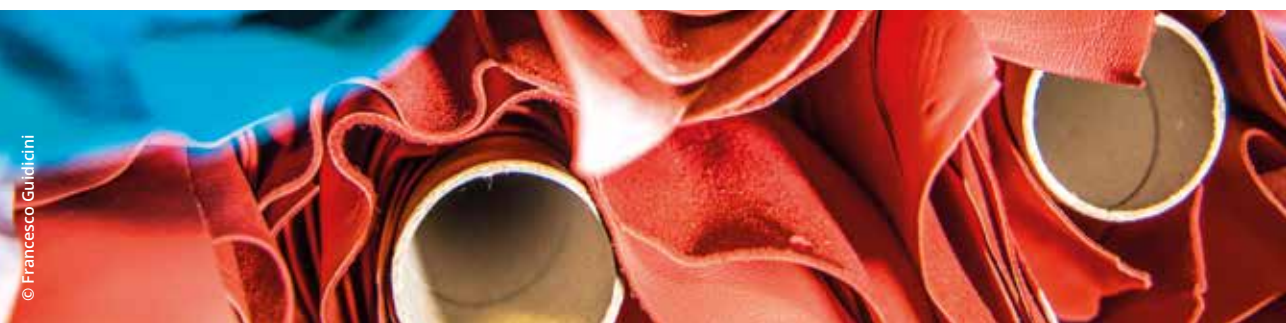
Cartiera a luat naștere cu scopul de **a crea noi oportunități de angajare și integrare pentru solicitanții de azil și migranți** pentru a le oferi acestora șansa de a-și utiliza abilitățile. Acest obiectiv este atins prin luarea în considerare a impactului afacerii. De exemplu, se acordă atenție impactului economic asupra comunității locale oferind locuri de muncă celor care întâmpină dificultăți economice, se acordă atenție mediului înconjurător folosind resturile textile care în mod normal ar fi fost eliminate, se acordă o atenție deosebită și impactului social favorizând integrarea și cooperarea angajaților străini cu angajații italieni, care colaborând împreună sunt capabili să împărtășească viziunea Cartiera.

Unicitatea și forța muncii desfășurate de Cartiera se află în strânsă legătură cu specificul local și relevanța pe care o are la nivel internațional. Pe lângă vânzarea de produse către companii locale și naționale, Cartiera promovează incluziunea profesională și integrarea socială a migranților în Italia, promovând astfel o viziune, nu doar un produs.

În același timp, prin conexiunea sa cu **Inițiativa modei etice** (un program derulat de ONU), Cartiera oferă cursuri solicitanților de azil, oferindu-le astfel acestora șanse mai bune de inserție profesională pe piața muncii în țara de origine, dacă vor decide sau vor fi nevoiți să se întoarcă acolo.

Menținând o perspectivă internațională, Cartiera crează în același timp o rețea puternică, bazată pe teritoriul local implicand cetățeni și administratori locali.

Valoarea Made in Italy a brandului Cartiera se află în standardul etic al fiecărei creații.



DESCRIEREA PROIECTULUI

CARTIERA HANDMADE IN ITALY

Prin munca sa, Cartiera oferă răspunsuri concrete la provocările timpurilor noastre: crearea de noi oportunități de angajare, integrarea economică a migranților și a solicitanților de azil și redescoperirea artizanatului calificat.

INFORMAȚII CHEIE

3

Angajați din țări terțe

4

Stagiari din țări terțe

COLABORAREA

cu Inițiativa modei etice, program derulat de ONU.



© Francesco Guidicini



© Francesco Guidicini

BUNE PRACTICI

- 1 Rețea puternică creată cu comunitățile locale și administrația
- 2 Economie circulară, cu accent pe nivel local și internațional
- 3 Pregătire profesională specializată pentru solicitanții de azil
- 4 Implicarea activă a angajaților din țări terțe în promovarea viziunii Cartiera
- 5 Pregătire profesională oferită în parteneriat cu programul ONU – Inițiativa modei etice.

Big Mamma

(FRANȚA – ALIMENTAȚIE PUBLICĂ)

Big Mamma este un lanț de restaurante italienești creat în 2015 ce oferă clienților mâncare italienească de calitate, în orașele Paris, Lille și Londra.

Big Mamma este un grup de restaurante italienești înființate în 2015. **Rtt reprezintă 15% din angajați.** Big Mamma are restaurante deschise în Paris, Lille și Londra. Angajarea de cetățeni din țările terțe nu este neapărat opțiune pentru Big Mamma: câteva posturi se aplică doar pentru lucrătorii străini. Totuși, Grupul se străduie să garanteze că toți angajații se simt și sunt tratați în mod egal.

Pentru a nu face niciun fel de discriminare, angajații sunt distribuiți în echipe, asigurându-se diversitatea culturilor în cadrul acestora. Totodată, fiecare înțelege ce lucrează celălalt, vorbesc unul cu celălalt și astfel, lucrătorii rtt nu se simt excluși. În acest fel aceștia pot socializa și comunica mai ușor. Big Mamma exprimă **valori puternice de solidaritate** în cadrul restaurantelor sale, prin angajarea cetățenilor țărilor terțe și sprijinirea integrării acestora. Pentru implementarea viziunii sale Big Mamma folosește câteva metode inovatoare pe care le aplică începând cu procesul de recrutare, care are ca scop valorizarea abilităților candidaților, proces care îi ajută în mod special pe cei care nu știu cum să își expună abilitățile, fie din cauza personalității sau a barierei lingvistice.

Integrarea cetățenilor din țări terțe ține de bunul simț. Prețuirea oamenilor este cheia pentru o cifră de afaceri mare, care la rândul său este cheia pentru o afacere de succes.

BUNE PRACTICI

- 1 Formarea de echipe mixte pentru facilitarea învățării limbii franceze.
- 2 Practica “Trăiește-mi viața”, pentru a construi solidaritatea între echipe.
- 3 Practica recrutării în grup pentru a evidenția competențele individuale
- 4 Solidaritatea și egalitatea stau la baza eticii muncii.



Această metodă ajută candidații să nu se simtă intimidată și pentru a facilita integrarea acestora în cadrul echipei și înțelegerea reciprocă.

Bune practici folosite pe **parcursul procesului de recrutare**:

- Candidații pot folosi un obiect pentru descrierea personalității lor;
- Simularea unui scenariu de muncă și a unui exercițiu de echipă

Bune practici utilizate **după etapa de recrutare**:

- **Prima zi este ziua integrării**: angajații vizitează orașul în echipe mixte și iau masa în oraș cu echipa de conducere.
- **A doua zi "Trăiește-mi viața"**: toți angajații fac prin rotație diferitele sarcini din restaurant pentru o zi, cum ar fi spălatul vaselor sau altă sarcină. În acest fel aceștia pot înțelege ce presupune munca fiecăruia în parte în cadrul restaurantului.

Un manager are sarcina de a descoperi potențialul fiecărui angajat, chiar și atunci când însuși angajatul nu își poate vedea propriul potențial.

DESCRIEREA PROIECTULUI



În ultimii 4 ani lanțul de restaurante a angajat 900 de persoane cu contracte cu normă întreagă. 200 lucrează în restaurantele din Anglia și 700 în Franța. 93% din personal lucrează în restaurante, dintre care majoritatea sunt cetățeni din țările terțe.



INFORMAȚII CHEIE

900

de angajați în
Franța și UK

15%

din personal sunt
cetățeni din țări terțe

A Lundi

(FRANȚA – RECRUTARE)

Un angajat al Grupului de angajatori pentru integrare și calificare (GEIQ), ghidează oamenii la angajare, atât în companiile sale cât și în cadrul altor companii, beneficiind atât angajatorii cât și angajații.

Un angajat GEIQ angajează oameni necalificați sau slab calificați cu contracte de învățare la locul de muncă, pentru a-i ajuta la îmbunătățirea și sporirea abilităților acestora astfel încât aceștia să își găsească o poziție profesională stabilă. A Lundi este un grup format din 3 GEIQ (unul specializat în lucrări de construcții, unul în metalurgie și unul inter-profesional) plus două grupuri de angajatori multisectoriali. Aceștia ghidează oamenii pentru angajare atât în cadrul companiilor sale, to cât și în alte companii. Mai mult de 300 de persoane au fost angajate anul trecut iar 15% sunt cetățeni din țări terțe.

Angajații din țările terțe beneficiază de suport din partea managerilor, atât pe plan profesional cât și pe plan social.



BUNE PRACTICI

- 1 Motivația este cea mai apreciată pe parcursul recrutării.
- 2 Angajații sunt ajutați să obțină un permis de conducere (cursuri intensive cu translator)
- 3 Codurile profesionale sunt predate prin cursuri de instruire specifice.
- 4 Angajații au un îndrumător ce le asigură asistență socială și financiară.
- 5 Procesul de recrutare este adaptat nevoilor solicitantului (nevoilor lingvistice)

Ca un grup de GEIQ, A lundi este definit de valori precum integrare și calificare. **Scopul** este acela de **a ajuta oamenii marginalizați pe piața muncii să dobândească diverse competențe hard și soft astfel încât să fie capabili să își asigure o carieră profesională stabilă**. Un grup A lundi apreciază **motivația mai mult ca diplomele**. Rețeaua A lundi oferă instruire specifică și cursuri adaptate bazate pe profesia aleasă de angajat. Prin promovarea unei abordări centrate pe persoană în cadrul recrutării, sunt luate în considerare atât aspecte individuale cât și ale companiei pentru a găsi cea mai bună soluție.

Angajatul se află în centrul activității derulate de grupul A lundi. Lucrătorul rtt va primi sprijin în funcție de nevoile sale. Acest lucru garantează aceleași șanse de angajare ca și angajații naționali, atât pe parcursul procesului de angajare, cât și după angajare.

Suportul social este esențial pentru menținerea angajaților pe posturi.

Compania a identificat însă și un aspect la care ar vrea să lucreze mai mult: să îi capaciteze mai mult pe angajați, pentru a deveni mai autonomi.

DESCRIEREA PROIECTULUI



Valori precum integrare și calificare stau la baza A lundi. Scopul este acela de a-i ajuta pe cei în căutarea unui job să dobândească abilități pentru a avea o carieră profesională stabilă.



INFORMAȚII CHEIE

44

angajați din
țări terțe

367

de angajați în
ultimii 2 ani

City Grill

(ROMÂNIA – ALIMENTAȚIE PUBLICĂ)

Compania City Grill a fost înființată cu 100% capital românesc în 2004. Este cel mai mare lanț de restaurante din București cu activitate în 16 locații.

Compania City Grill angajează tot mai mulți cetățeni din state terțe, încă din 2017 când au angajat primii 6 lucrători din Nepal. În **2019, 10% din angajați sunt cetățeni din state terțe** care provin din țări precum Nepal, Irak, Nigeria și Moldova. Procesul de recrutare este facilitat de o companie de recrutare cu care City Grill este în contact direct și permanent. Aceasta este prima dovadă a atenției pe care compania o acordă angajaților cetățeni străini și investiției în susținerea și integrarea acestora. În ceea ce privește managementul resurselor umane, compania alocă resurse permanente, atât din punct de vedere al timpului și al efortului depus pentru integrarea angajaților cetățeni ai țărilor terțe. Astfel, City Grill are în vedere că angajații cetățeni ai țărilor terțe provin din culturi diferite și nu cunosc obiceiurile, tradițiile și modalitățile de conviețuire din orașul București, etc. Acest lucru se aplică mai ales noilor-sosiți și de aceea, compania implementează anumite măsuri de integrare a angajaților cetățeni ai țărilor terțe ce cuprind inclusiv oferirea de seminarii informative privind normele generale de comportament. Logistica gestionării grupului de angajați străini are în vedere asigurarea transportului dar angajații străini trebuie învățați cum să utilizeze transportul în comun, care sunt regulile generale de conduită și acomodare într-un oraș european. Compania a creat grupuri de Whatsapp în cadrul cărora angajații străini comunică orice fel de cerere și solicită sprijin pentru toate dificultățile cu care se confruntă în adaptarea la viața și munca în România. Compania City Grill a desemnat profesioniști disponibili 24/7 care să ofere suport angajaților străini. În plus, acestora le sunt prezentate foarte clar drepturile și obligațiile ca angajați în România.

Compania a învățat pe parcurs cum să răspundă nevoilor angajaților săi cetățeni ai statelor terțe.

Avem un proces continuu de adaptare pentru a ne asigura că toți angajații se integrează la locul de muncă.



INFORMAȚII CHEIE

10%

cetățeni ai
țărilor terțe

16

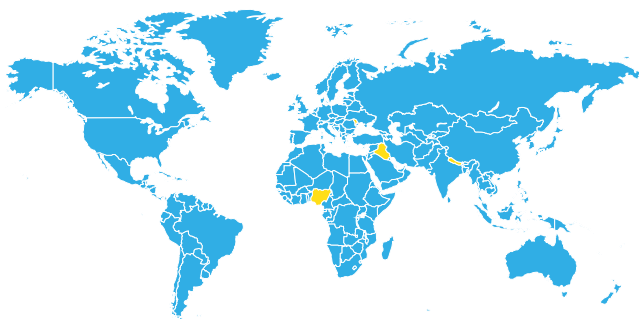
restaurante în București

DESCRIEREA PROIECTULUI



Compania City Grill - cel mai mare lanț de restaurante cu capital integral românesc, aflat în 16 locații din București. Au început să aducă lucrători străini în 2017, respectiv 6 cetățeni din Nepal. În prezent, 10% dintre angajați sunt lucrători care provin din state non-UE (în special din Nepal dar și din Irak, Nigeria, Republica Moldova)

ȚĂRI DE ORIGINE



NIGERIA



IRAK



NEPAL



MOLDOVA

BUNE PRACTICI

1. Compania oferă angajaților străini cazare, masă și transport.
2. Crearea grupului Whatsapp pentru o mai bună comunicare.
3. 24/7 ajutor și asistență din partea angajaților numiți special pentru această sarcină
4. Definirea protocolului pentru includerea angajaților din țările terțe.
5. Sesiuni informative despre drepturile și îndatoririle angajaților străini

Mala Gasztro Ltd

(UNGARIA – ALIMENTAȚIE PUBLICĂ)

Având restaurante cu specific indian în toată țara, filozofia noastră este aceea de a prezenta cultura indiană lucrătorilor și oaspeților maghiari.

Mala Gasztro - Ltd deține restaurante cu specific indian în două locații. Are 20 de angajați, dintre care 4 sunt indieni și nepalezi. Unul dintre proprietari este indian și celălalt este maghiar. Restaurantul oferă mâncare de calitate și promovează un peisaj divers având **bucătari-șefi din India și Nepal**. Proprietarii restaurantului au ales personal bucătarii-șefi. Aceștia locuiesc în Ungaria 1-2 ani după care se reîntorc acasă.

Angajarea cetățenilor străini reprezintă centrul activității și valoarea adăugată pentru companie. Accentul este pus pe cultura indiană și, de aceea, **fiecare zi de muncă începe cu o rugăciune, o binecuvântare zilnică. Muncitorii unguri nu sunt obligați să participe, dar aceștia respectă această tradiție păstrând liniștea.** În ceea ce privește sărbătorile, sărbătorile indiene se celebrează la muncă, adică muncitorii sărbătoresc în timp ce lucrează, așa cum se întâmplă în India.

Pentru a facilita comunicarea între angajați și clienți, și pentru a depăși bariera lingvistică, meniul restaurantului este numerotat, astfel încât angajații străini să facă referire la numere.

Toți angajații lucrează în armonie unii cu ceilalți și se respectă reciproc.



INFORMAȚII CHEIE

25

de ani de experiență

2

restaurante localizate în orașele Budapesta și Szentendre

20%

dintre angajați sunt cetățeni ai țărilor terțe

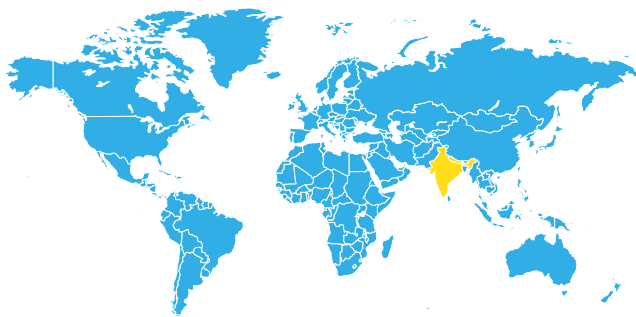
Angajații primesc liber pentru sărbătorirea Crăciunului sau Celebrarea Luminii (Diwali). În afara orelor de muncă, cele două grupuri nu socializează împreună. **Restaurantul organizează frecvent diverse prezentări având ca temă cultura indiană**, iar muncitorii unguri participă doar dacă sunt în timpul orelor de muncă, aceștia nu trebuie să participe dacă se află în timpul liber. Toți angajații respectă cultura și bucătăria indiană.

DESCRIEREA PROIECTULUI



Mala Gasztro Ltd sunt pe piața alimentației publice din Ungaria de 25 de ani și în prezent au două restaurante cu specific indian în două mari orașe: în Szentendre și Budapesta.

ȚĂRI DE ORIGINE



NEPAL



INDIA

BUNE PRACTICI

- 1 Numerotarea meniului pentru facilitarea comunicării
- 2 Concediul se acordă în funcție de religia fiecăruia
- 3 Prețuirea angajaților din țări terțe pentru diversitatea adusă în cadrul echipei
- 4 Promovarea respectului reciproc în privința practicilor religioase.

Östra Grevie Folkhögskola

(SUECIA – EDUCAȚIE/ SECTOR PUBLIC)

Östra Grevie Folkhögskola este cel mai mare liceu folcloric din Suedia cu o tradiție în educație care se concentrează pe orientări artistice și estetice.

Pe lângă puternica lor reputație academică artistică, școala oferă în prezent și cursuri generale pregătitoare pentru polițiști și profesori aspiranți, alte cursuri ce țin industria turismului și servicii asimilate și cursuri de limbă suedeză pentru imigranți. Liceul este foarte cunoscut pentru educația artistică și estetică pe care o oferă, iar studenții și profesorii școlii erau reprezentați de suedezi sau cetățeni europeni din clasa mijlocie. Pentru a schimba acest lucru, școala promovează arta în diferite părți ale orașului Malmö pentru a atrage un public cât mai divers. Școala are angajați cetățeni ai statelor terțe, unii dintre ei colaborând în cadrul unor proiecte în care abilitățile lor lingvistice sunt esențiale, dar școala recrutează în mod continuu străini pentru diverse posturi care ar putea fi ocupate și de suedezi, de exemplu profesor de matematică, IT, om de serviciu. Aproximativ 15% din angajați sunt cetățeni din țările terțe. De-a lungul timpului, atât studenții cât și angajații străini și-au pus amprenta asupra școlii, așa cum o confirmă și fondatorul școlii.

O organizație se face auzită în cadrul societății doar atunci când promovează în interiorul său diversitatea.



BUNE PRACTICI

- 1 Diversitatea culturală din cadrul instituției prin recrutare de cetățeni străini
- 2 Promovarea manifestului pentru susținerea diversității culturale
- 3 Extinderea ariei de influență și în zonele periferice
- 4 Promovarea unei atitudini pozitive față de multiculturalism.

Ca o afirmare a acestei viziuni, manifestul școlii începe astfel, "În aceste timpuri a politicii extremei dreapta și a creșterii xenofobiei, fundamentul educației publice deschise pe care noi o reprezentăm se află în pericol. De aceea, ne propunem acum să investim într-o comunicare care susține valorile și activitățile noastre ca o contrapondere a forțelor care se opun unei societăți deschise, creative și care conferă persoanelor mai multe șanse de dezvoltare."

Atunci când vorbim despre educație artistică, în mod categoric diversitatea culturală ne oferă o bogăție și o profunzime a cunoașterii.

DESCRIEREA PROIECTULUI



Școala a creat un manifest în care descrie cum școala, prin angajarea de cetățeni țări terțe, își propune să aibă un rol practic într-o societate în care politica extremei drepte și xenofobia devin din ce în ce mai răspândite.

INFORMAȚII CHEIE

15%

angajați din țări terțe
(60 cu normă întreagă și restul reprezintă profesori și lucrători sezonieri)

896

studenți

1914

anul înființării

€ 6 milioane

cifra de afaceri



Adecco

(FRANȚA – RECRUTARE)

Grupul Adecco este o mare companie franceză ce oferă servicii de recrutare și intermediere între muncitori și angajatori. Agențiile sale de ocupare recrutează oamenii pentru a îi conecta cu angajatorii.

In Franța, grupul Adecco deține 900 de filiale și birouri, având aproximativ 6,000 de angajați (în sediile centrale și operaționale). În cadrul grupului lucrează 2% din străinii aflați în Franța. Săptămânal, aproximativ 130,000 de oameni lucrează ca asociați pentru clienții grupului Adecco (500,000 anual), dintre care 10% sunt cetățeni ai statelor terțe.

Grupul Adecco a inițiat “Rețeaua de inserție Adecco”, care este formată din câteva Agenții de Muncă Temporară, dedicate incluziunii oamenilor cu șanse mici de inserție profesională și care operează sub diferite branduri precum Humando, Idées Intérim sau Janus. Aceste companii sunt actori în sectorul IAE – Inserție prin activitate economică. În cadrul activității sale, Adecco exprimă valorile sale fundamentale: spiritul de echipă, responsabilitate, orientare către client, antreprenoriat și pasiune. Aceasta înseamnă non-discriminare, în toate aspectele activității, inclusiv filialele IAE, facilitarea accesului pe piața muncii a celor marginalizați inclusiv a cetățenilor țărilor terțe prin oferirea de formare urmărindu-se o integrare de lungă durată pe piața muncii.

Câteva din practicile folosite pe parcursul procesului de recrutare: Ateliere de realizare a CV-ului și a scrisorii de motivație; scoaterea în evidență a experiențelor anterioare prin realizarea unui CV filmat pentru a-și prezenta abilitățile pentru parcursul profesional căutat. Alte practici sunt legate de procesul de integrare la locul de muncă: cursuri de limba franceză pentru refugiați incluși în programe specifice; definirea parcursului profesional; soluții de facilitare a mobilității: obținerea unui permis de conducere; sprijin pentru cererile de locuință și alte probleme sociale; referirea către alți parteneri care oferă servicii specifice: furnizori de formare, prefecturi, alte organizații active pe piața muncii.

Grupul Adecco tratează toți angajații la fel. În același timp, toți sunt conștienți de faptul că facilitarea integrării unor angajați străini necesită abilități specifice.

În plus, prin organizațiile sale IAE, grupul Adecco derulează Proiectul HOPE (Adăpost, Orientare și Angajare). Acest program este dedicat refugiaților.

DESCRIEREA PROIECTULUI



Pentru a facilita integrarea profesională, grupul Adecco implementează diferite practici utile atât pe parcursul recrutării cât și la locul de muncă pentru persoanele marginalizate pe piața muncii, inclusiv cetățeni ai țărilor terțe.

INFORMAȚII CHEIE

900

unități

130,000

angajați pentru clienții
grupului Adecco (asociați)

10%

din asociați sunt cetățeni
ai țărilor terțe

BUNE PRACTICI

- 1 CV / scrisoare de motivație / ateliere de interviu pentru refugiați cu Fundația Grupului Adecco
- 2 Facilitarea soluțiilor de mobilitate: obținerea unui permis de conducere
- 3 Cursuri de limba franceză pentru refugiați
- 4 Sprijin oferit pentru solicitarea de locuințe și alte probleme sociale.
- 5 Angajament în cadrul proiectului HOPE (Adăpost, Orientare și Angajare) pentru refugiați (parteneriat public-privat)





Auto-ocupare

Cetățenii țărilor terțe care au o activitate pe cont propriu sau au propria afacere reprezintă o parte consistentă pentru economiile naționale și europene adesea, aceștia reușesc să transforme provocările în factori pozitivi care lucrează în avantajul lor.

Aladin Foods¹

(BULGARIA - ALIMENTAȚIE PUBLICĂ)

Un exemplu de lanț de fast-food de succes care a început în Bulgaria și acum s-a extins și în România sub formă de franciză.

Aladin Foods este un lanț de fast-food creat în **1998** de Aladin Harfan, un cetățean al țărilor terțe din Siria care a migrat în Bulgaria și a primit cetățenia bulgară în 2004.

Compania are în prezent **32 de restaurante fast-food** în toată țara și este în continuă expansiune întrucât încearcă să exporte afacerea și în alte țări. În prezent are **870 de angajați**. Având în vedere succesul lanțului, acesta a deschis și o fabrică de procesare a cărnii de pui lângă Plovdiv, utilizând tehnologie de ultimă oră, pentru carnea folosită în restaurantele sale. O parte din succesul companiei o reprezintă strategia de Responsabilitate Socială Corporativă (RSC), prin intermediul căreia are un rol important la nivel social și implementează activități care sunt și în beneficiul afacerii sale. În cadrul acestei strategii, Aladin acordă o atenție deosebită refugiaților din Bulgaria.

Acesta **colaborează cu ONG-uri** care oferă servicii refugiaților și prin intermediul acestora **face publice posturile vacante direct refugiaților și beneficiarilor de o formă de protecție**.

info@aladinfoods.bg

1 - Conform: Stana Iliev, *Where There is a Will, There is a Way: Private Sector Engagement in the Employment of Beneficiaries of International Protection*, UNHCR-Bulgaria, 2017





© www.facebook.com/AladinFoods



© www.facebook.com/AladinFoods

INFORMAȚII CHEIE

1998

primul fast-food

32

restaurante
fast-food în țară

870

de angajați

BUNE PRACTICI

- 1 Locuințe accesibile pentru cetățenii țărilor terțe
- 2 Includerea de vouchere de masă la salariul lunar
- 3 Transport gratuit pentru turele de noapte
- 4 Recrutează și angajează cetățeni din state terțe din comunitățile de refugiați.

Barako Kávéház

(UNGARIA - MAGAZIN DE CAFEA)

Coffee House este o companie SRL care vinde specialități de cafea de la fermieri din Filipine și desert, și este localizată în Districtul II din Budapesta.

Ryan Andres, originar din Filipine, a început afacerea acum 5 ani, în 2014, când a deschis primul magazin Barako Kávéház de cafea din Budapesta. Acesta lucrează cu normă întreagă în cafenea alături de 3 angajați cu normă parțială. În prezent, angajații săi sunt unguri, dar în ultimii 5 ani a încercat să creeze un mediu divers angajând oameni de etnie și religii diferite: creștini, evrei, musulmani, europeni și non-europeni.

Acesta încearcă, de asemenea, să creeze o atmosferă multiculturală prin vânzarea diferitelor specialități de cafea și deserturi filipineze, angajând, de asemenea, oameni de diferite etnii și religii care vin din state membre sau sunt cetățeni ai țărilor terțe. Se fac eforturi pentru crearea unei atmosfere cât mai diverse, încercând să aducă împreună oameni de culturi diferite. Totodată, este deschis culturii ungurești și invită oaspeții să guste din delicioasele deserturi filipineze.

Filozofia sa personală în derularea afacerii sale este: *“Pentru mine cea mai bună metodă de a prezenta cultura mea culturii tale este aceasta: Am expus cafea și deserturi filipineze, iar curiozitatea naturală a oamenilor îi atrage să guste, iar aceștia revin mereu deoarece le-a plăcut ce au gustat. Nu numai că este o soluție bună de rezolvare a conflictelor, dar este și o formă bună de marketing.”*

Pentru mai multe informații:

<https://www.facebook.com/BARAKOKAVEHAZ/>

Deși este mai ușor să angajezi vorbitori de limbă maghiară, angajezi și oameni care provin din culturi diferite pentru a promova diversitatea.

Încerc să integrez cultura maghiară cu mici părți din cultura filipineză, mai ales când vine vorba de mâncare. Dacă ar exista doar un singur lucru care să rezolve conflictele, aceasta va fi întotdeauna mâncarea.



INFORMAȚII CHEIE

3

angajați cu
normă parțială

1

locație

BUNE PRACTICI

- 1 A învățat să se ocupe singur de partea financiară și administrativă a afacerii sale
- 2 Angajează oameni de culturi diferite pentru a promova diversitatea

Kabulagna

(ITALIA -ALIMENTAȚIE PUBLICĂ)

Primul restaurant-pizzeria afgan din Bologna este de asemenea și un mediu care favorizează incluziunea socială și profesională pentru refugiații și migranții din zonă.

Kabulagna este un restaurant-pizzeria specializat în bucătăria locală și afgană. Proprietarul este afgan și are un partener italian; aceștia au deschis restaurantul la mijlocul lunii februarie în 2019. Aceștia au în prezent un angajat și un intern, și au început procesul de recrutare pentru încă doi interni, amândoi fiind cetățeni din state terțe.

Prin munca lor, proprietarii își doresc să aibe nu doar o afacere de succes, ci să creeze și un mediu care să favorizeze incluziunea și integrarea socială și profesională a migranților și refugiaților care sosesc în Italia, mai ales a minorilor neînsoțiți. Proprietarii restaurantului cred că, având în vedere managementul și mărimea restaurantului, aceasta ar fi o oportunitate pentru angajații rtt de a învăța și de a fi ghidați, astfel încât să poată ajunge la independență economică prin propriile lor forțe.

Cu dorința de a include în mod activ cetățeni din state terțe, Kabulagna urmărește să lanseze programe de internship, în special prin sistemul SPRAR (programul italian ce oferă finanțare pentru companii cu programe de internship pentru refugiați și solicitanți de azil), făcând astfel includerea cetățenilor țărilor terțe mai ușoară.

Proprietarii acordă atenție fiecărui angajat în parte, în mod special proprietarul afgan care cunoaște procesul de recepție și integrare și care a experimentat și el la rândul său dificultăți în a-și obține independența economică, și înțelege cel mai bine prin ce trece un angajat străin. De aceea, acesta are toate abilitățile necesare de a înțelege și a sprijini un angajat cetățean al statelor terțe.

Limbajul este o barieră abordată pas cu pas: angajaților li se cere să învețe cuvintele de bază, și pe parcurs aceștia sunt ajutați să își dezvolte vocabularul.



INFORMAȚII CHEIE

2019

anul
deschiderii

PROPRIETAR AFGAN

cu un partener italian

1

angajat din
state terțe

1

intern din
state terțe

DESCRIEREA PROIECTULUI



Kabulagna este primul restaurant-pizzerie afgan din Bologna, cu scopul de a construi o afacere de succes bazată pe valori ca incluziunea profesională a refugiaților și a migranților.



BUNE PRACTICI

- 1 Angajații străini sunt acompaniați 1 la 1 de către proprietarii afacerii
- 2 Angajații sunt ajutați să învețe limba italiană pas cu pas
- 3 Lansarea de programe de internship prin sistemul SPRAR
- 4 Managementul restaurantului în parteneriat cu un cetățean italian
- 5 Crearea unui mediu de lucru incluziv

SC Karema Fruct Srl

(ROMÂNIA – MAGAZIN ALIMENTAR)

Încă din 1995, Karema Fruct importă și vinde fructe și legume în România, fiind în strânsă legătură cu comerțul internațional din Turcia.

Karema Fruct SRL importă și distribuie fructe și legume și are 47 de angajați, dintre care 10 angajați cetățeni din state terțe (Moldova, Egipt, și Turcia). Este localizată în Ilfov și a fost deschisă de un cetățean turc în 1995. Când acesta a înființat afacerea și a deschis primul punct de desfacere, legislația din România era mai permisivă și flexibilă pentru deschiderea de noi afaceri de către cetățenii străini..

Creșterea și dezvoltarea pozitivă a afacerii s-a datorat experienței proprietarului în domeniu, a muncii depuse și a relației strânse de afaceri dintre firmă și țara de origine a proprietarului, Turcia. Alți factori de succes care au condus la creșterea afacerii sunt dedicare în muncă, respect pentru lege, coduri și norme și pentru angajați. De asemenea, nu în ultimul rând, un factor important îl reprezintă angajarea cetățenilor din țări terțe, cum sunt cetățenii turci care aduc plus-valoare companiei.

Mai mult, unul dintre avantajele companiei a fost acela că are angajați turci, ca și proprietarul afacerii, care știu cum să relaționeze și să negocieze cu partenerii din Turcia, principala țară din care se importă fructe și legume. De aceea, angajații din țările terțe reprezintă o reală valoare pentru companie.



INFORMAȚII CHEIE

47

angajați

20 %

angajați din
state terțe

Flotă proprie pentru transport

"Sistem de management al calității" aplicat în întreaga companie

Principalii clienți

Metro Group, Rewe Group, Cora, Carrefour etc.

BUNE PRACTICI

- 1 Angajarea de cetățeni din state terțe reprezintă o valoare pentru companie
- 2 Crearea unui mediu de lucru incluziv
- 3 Noii angajați din țările terțe sunt sprijiniți și mentorați de angajații firmei cu experiență pentru o integrare mai ușoară



Taybat

(AUSTRIA – MAGAZIN ALIMENTAR)

Taybat este un magazin de dulciuri siriene localizat în Austria care produce și vinde patiserie în două magazine din Viena și în mediul online.

Mohammed Hisahm Hawat este proprietarul Taybat. Acesta a început să vândă dulciuri siriene în 2017. După ce l-a întâlnit pe partenerul său austriac în prezent, au hotărât să își extindă afacerea în 2018 deschizând al 2-lea magazin, producând ei înșiși produsele. Aceștia consideră că desfășoară o afacere socială și au angajat 5 refugiați din Siria, iar pe măsură ce își vor extinde afacerea, plănuiesc să angajeze și mai mulți cetățeni din state terțe. Dulciurile lor sunt plămădite de bărbați (aluatul dificil de manevrat), iar personalul de la vânzări este format din femei. Scopul afacerii este de a oferi produse siriene de înaltă calitate pe piața din Austria.

Hawat a întâmpinat dificultăți financiare și administrative când și-a deschis primul magazin în 2017. A primit ajutor financiar de la prieteni și familie, și îndrumare de la alți oameni de afaceri din domeniu prin intermediul Camerei de Comerț din Austria. Acestea, împreună cu două programe de mentorat și coaching oferite de statul austriac l-au ajutat să își pună afacerea pe picioare.

Experiența sa în economie și în sectorul bancar i-au fost de folos la punerea în practică a afacerii. Acesta a arătat inițiativă căutând online programe de mentorat, la care a aplicat cu succes. Hawat și partenerul său intenționează extinderea afacerii în Austria și Europa și vor să ofere cât mai multe oportunități de angajare cetățenilor sirieni.

Cercetați înainte de a deschide o afacere. Să crezi cu tărie în ideea ta de afacere și să oferi produse de înaltă calitate.

Fiți atenți când investiți banii și încercați să vă documentați cât mai bine în avans, pentru a evita surprizele nedorite. Am fost norocos să îmi întâlnesc partenerul de afaceri, în cadrul Universității de Economie din Viena.



BUNE PRACTICI

- 1 Căutați oportunități de formare și finanțare online /offline
- 2 Participați la programe de mentorat și coaching
- 3 Încercați să atrageți atenția clienților

INFORMAȚII CHEIE

AI-2

lea magazin în decurs
de un an

5 angajați refugiați

dintre care două femei și o persoană cu dizabilități





Proiecte

Având în vedere numărul în creștere al cetățenilor din state terțe în țările europene, societatea civilă, oamenii de afaceri, instituțiile naționale și internaționale investesc din ce în ce mai mult în promovarea incluziunii profesionale a acestora.

Ghid de informare Cipru pentru cetățeni din state terțe

(CIPRU – PROIECT UE)

Ghid de informare ce cuprinde informații generale despre Cipru, în efortul de a facilita integrarea resortisanților țărilor terțe (rtt) în societatea cipriotă.

Ghidul de informare Cipru este elaborat ca parte a acțiunii “Îmbunătățirea ghidului de informare din Cipru” și este co-finanțat prin Fondul Azil, Migrație și Integrare (FAMI) al Comisiei Europene și Republicii Cipru.

Ghidul oferă rtt informații generale despre Cipru în vederea facilitării integrării lor în societatea cipriotă și pe piața muncii din Cipru. Ghidul de informare este elaborat pentru a promova respectul și înțelegerea reciprocă dintre societatea locală și cetățenii din statele terțe. Obiectivul principal al ghidului este de a sprijini participarea substanțială a cetățenilor statelor terțe la viața economică, socială și culturală a Ciprului. Ghidul este disponibil în limbile engleză, arabă, filipineză, hindi, română, rusă, sinhala, tamilă, ucrainiană și vietnameză. Toate publicațiile sunt disponibile și pe website.



BUNE PRACTICI

- 1 Material bazat pe surse relevante și valide
- 2 Promovarea respectului reciproc și a înțelegerii dintre comunitățile locale și cetățenii străini
- 3 Promovarea participării cetățenilor străini la viața economică, socială și culturală din Cipru.



CYPRUS INFORMATION GUIDE

© 2017 by the European Funds Unit, Ministry of Interior, Republic of Cyprus

Ghidul este structurat pe capitole tematice acoperind toată gama de informații necesare integrării cetățenilor străini și participarea acestora la viața economică, socială și culturală a insulei. Este acordată o atenție deosebită capitolelor legate de ocuparea forței de muncă, de procedurile legate de ședere, muncă, despre drepturi și obligații.

Mai multe informații despre proiect:
<http://cyprus-guide.org/en/>



INFORMAȚII CHEIE

9

limbi străine

10

capitole

APLICAȚIE MOBILĂ

Mediul de lucru suedez

Peers Bridge

(SUEDIA- PROIECT)

Ateliere de lucru în care angajații cetățeni străini sunt informați despre mediul de lucru din Suedia.

Peers Bridge este o întreprindere socială care își propune să promoveze o societate incluzivă și diversă și care se bazează pe sustenabilitate, educație interactivă și creativă, ateliere și experiențe.

Imigranții care au început deja procesul de integrare, parcurg mai multe cursuri de integrare culturală și ateliere care abordează o serie de teme menite să completeze procesul de integrare. Organizația adoptă o abordare unică și eficientă, prezentând normele și valorile suedeze din perspectivă culturală și folosind limba maternă a cursanților străini, iar în acest fel fiecare are șansa de a-și pune în valoare calitățile. Scopul este acela de a contribui la o societate egală, în care fiecare are șansa de a reuși și de a prospera.

Majoritatea imigranților noilor sosiți în Suedia au experimentat mai multe culturi anterior. Deoarece mediul de lucru din Suedia este unic, există adesea un sentiment de confuzie când vine vorba de norme și coduri sociale nescrise. Prin cursurile oferite, Peers Bridge își propune să îi capaciteze pe participanți pentru a se descurca mai bine într-un mediu de lucru nou și să le îmbunătățească cunoștințele abordând subiecte precum organigramă, comunicare, leadership, abilități de management și conduită socială etc.





DESCRIEREA PROIECTULUI



Conținutul cursului "Mediul de lucru suedez"

- Valori de bază organizatorice;
- Conducere, Management și Comunicare;
- Adaptarea la mediul de lucru suedez;
- Drepturi, Obligații și Responsabilități;
- Prima zi de muncă.

BUNE PRACTICI

- 1 Cursuri despre normele suedeze pentru cetățenii străini
- 2 Facilitarea incluziunii cetățenilor străini pe piața muncii
- 3 Facilitează înțelegerea pentru cetățenii străini în contextul în care aceștia se află
- 4 Familiare cetățenilor străini

Transformify¹

(PLATFORMĂ GLOBALĂ – SOFTWARE DE RESURSE UMANE)

Compania ajută refugiații să primească un venit chiar înainte să li se permită să deschidă un cont bancar în țara gazdă.

Transformify este o platformă globală de responsabilitate socială corporativă, prin care parteneri cu afaceri responsabile social oferă de muncă persoanelor dezavantajate social, inclusiv celor care doresc să lucreze de la distanță.

Înființată în 2015, Transformify le permite refugiaților să lucreze de la distanță și să primească plata într-un cont bancar virtual care este conectat la un card. Organizația s-a parteneriat cu Payoneer, un furnizor de servicii financiare, prin care clienții pot face plăți și transferuri electronice online. Astfel, compania ajută refugiații să primească un venit înainte ca aceștia să își poată deschide un cont bancar în țara gazdă. Este un “One-stop shop de angajare”. Recrutori din mai mult de 150 de țări utilizează platforma pentru a atrage talente de top, a identifica aplicanți prin canalele ATS și pentru a face plăți către freelanceri și angajați din lumea întreagă.

Platforma de Recrutare Transformify operează global și utilizează tehnologie (HRtech+ Fintech+ AI) pentru a sprijini recrutorii să angajeze rapid, să evite “Angajările proaste” și să economisească o mulțime de bani. Poate fi utilizată deopotrivă de cei în căutarea de muncă, în special freelanceri, cât și de companii care caută să angajeze. Serviciile sunt gratuite pentru refugiați și migranți economici fiind plătite doar de angajatori. Există opțiuni cu costuri mici precum “Pachetul de intrare pe piață pentru Startup-uri”, care sprijină startup-urile să acceseze noi piețe într-un buget dat, prin angajarea de freelanceri din străinătate și consolidarea echipelor într-un mediu de lucru împărțit cu alții. Acest pachet este o ofertă atractivă atât pentru startup-uri care caută angajați, inclusiv angajați cetățeni ai țărilor terțe cât și pentru cetățeni străini care desfășoară o activitate pe cont propriu.

www.transformify.org

1 - Conform: Stana Iliev, *Where There is a Will, There is a Way: Private Sector Engagement in the Employment of Beneficiaries of International Protection*, UNHCR-Bulgaria, 2017

Hire highly-skilled freelancers
and consultants.
In-office or remote.



INFORMAȚII CHEIE

150+

țări

130+

cursuri valutare

15+

programe RSC

100+

afliați

DESCRIEREA PROIECTULUI



Transformify este o platformă globală de responsabilitate socială corporativă, prin care parteneri cu afaceri responsabile social oferă de muncă persoanelor dezavantajate social, inclusiv celor care doresc să lucreze de la distanță.

BUNE PRACTICI

- 1 Responsabilitate socială corporativă
- 2 Permite refugiaților să lucreze de la distanță
- 3 One-stop shop de angajare
- 4 Opțiune care are costuri mici

România



În ultimul deceniu, populația României a scăzut cu 4.8% iar forța de muncă cu 9%. Aceste procente sunt printre cele mai ridicate din UE. Emigrarea masivă reprezintă unul dintre principalele motive, estimându-se că mai mult de 3,8 milioane de români au părăsit țara pentru a lucra și studia în străinătate. Declinul accentuat al forței de muncă alături de creșterea deficitului de pe piața muncii din diferite sectoare economice, au contribuit la creșterea cererii de muncitori străini.

În 2015, numărul muncitorilor din țări terțe admiși pe piața muncii din România a fost în jur de 4,200. **În 2018, numărul acestora a crescut la 13,500.** În 2018 față de 2017, ponderea permiselor acordate lucrătorilor rtt permanenți a crescut cu 92% iar cea pentru lucrătorii rtt temporari cu 262.5%. În 2019, cota anuală a permiselor eliberate pentru lucrătorii non-UE a fost stabilită la 20,000. Aceasta ar putea fi modificată dacă piața muncii din România va necesita un număr mai mare de muncitori străini.

Principalele domenii în care activează muncitorii străini în România sunt: construcții, infrastructură și șantiere navale, industria de ospitalitate, industria textilă, sectorul domestic și îngrijirea copiilor, comerț și alimentație publică. Cetățenii străini din țările terțe care au reședința legală în România și care sunt membrii de familie ai unui cetățean român, UE sau SEE **nu au nevoie de permis de muncă pentru angajare.** Studenții străini au voie să muncească maxim 4 ore/ zi. Străinii care beneficiază de o formă de protecție din partea statului român pot accesa și participa la piața muncii din România în aceleași condiții ca și cetățenii români. Migranții nou-sosiți trebuie să se înscrie și să participe la un program de reintegrare guvernamental individual adaptat nevoilor acestora pentru o perioadă de până la un an. În cadrul programului de reintegrare aceștia beneficiază de suport educațional, formare profesională, asistență socială, asistență medicală, sprijin pentru angajare și alte servicii.

În privința cetățenilor străini care au o activitate pe cont propriu, marea lor majoritate și-a înființat afacerile în perioada 1990–2005, când beneficiau de o legislație specifică mai flexibilă și mai favorabilă deschiderii de firme, înainte ca România să adere la UE (2007) și să schimbe legislația privind imigrația. În prezent, în România există comunități de străini bine încheiate cu o rată mare de antreprenoriat: comunitatea chineză, comunitatea turcă și comunitatea cetățenilor din țările arabe.

LINK-URI UTILE:

Acces la piața muncii: <https://bit.ly/325d509>

Programe de integrare: <https://bit.ly/2LCxu75>

Migrant în România: www.migrant.ro



Integrarea Migrantilor
pentru Creștere
Economică în Europa