

## CAIET DE SARCINI

Obiectul achiziției: **Servicii de elaborare și realizare a campaniei de informare pentru alegerile locale generale din anul 2023**

### **1. Generalități**

Beneficiarul direct al serviciilor descrise mai jos este Comisia Electorală Centrală.

Comisia Electorală Centrală este autoritatea care asigură condiții optime pentru toți cetățenii Republicii Moldova să-și poată exercita nestingherit dreptul constituțional de a alege și de a fi aleși în cadrul unor alegeri libere și corecte.

Pentru alegerile locale generale din 5 noiembrie 2023, Comisia Electorală Centrală își propune să desfășoare o campanie de informare și educație electorală a alegătorilor privind procedurile electorale.

### **2. Scopul**

Scopul campaniei este de a informa publicul larg despre organizarea și desfășurarea alegerilor locale generale din anul 2023. Totodată, în contextul noului Cod electoral nr.325/2022, intrat în vigoare din 01.01.2023, se impune familiarizarea cu condițiile de desemnare și înregistrare a candidaților la funcția de primar și consilier local, dar și particularitățile de participare la alegeri a cetățenilor cu drept de vot.

### **3. Obiective**

- a) Informarea alegătorilor despre data alegerilor, particularitățile de desemnare și înregistrare a candidaților la funcțiile electivă, termenele legale pentru întocmirea listelor electorale, verificarea corectitudinii datelor înscrise în liste, unde și când își pot exercita dreptul la vot, în baza căror acte de identitate, procedura de vot și altele.
- b) Creșterea încrederii alegătorilor în procesul electoral și încurajarea participării conștiente a alegătorilor la vot. Alegătorii vor trebui să înțeleagă care este locul și rolul lor în procesul electoral și de ce este important să participe la alegerile locale, alegându-și reprezentanții comunității la nivel local.

### **4. Mijloacele de difuzare a informației**

- posturi de televiziune/radio;
- internet – paginile web ale CEC (cec.md, voteaza.md), CICDE (cicde.md), ale autorităților publice locale (consilii raionale, primării), rețele sociale;
- prin intermediul echipelor mobile (în centrele raionale);
- interviuri cu membrii CEC, participări la emisiuni, comunicate de presă, briefinguri și conferințe de presă.

### **5. Mesaje și slogane**

Campania de informare trebuie să aibă o abordare integrată, modernă și atractivă. Mesajele transmise către publicul larg trebuie formulate clar și concis, folosindu-se un limbaj comun și accesibil. Sloganul trebuie să fie consistent și comunicat în toate materialele produse (același în toate materialele). Sloganele se vor baza pe mesaje. Atât mesajele, cât și sloganele trebuie să fie specifice pentru grupurile țintă și să acopere un număr cât mai mare de alegători.

Materialele produse vor fi în limba română. Unele publicații (de ex. ghid informativ pentru alegători, leaflete sau pliante), vor fi traduse și printate în limbile minorităților etnice: rusă, ucraineană, găgăuză, bulgară. Materialele informative vor fi originale, cu un mesaj ușor identificabil ca fiind al CEC. Accentele în mesajele campaniei trebuie puse pe conștiința alegătorului.

### **6. Serviciile prestate**

- elaborarea conceptului de informare și educație electorală și a strategiei de implementare a acestuia în baza cerințelor caietului de sarcini;

- realizarea designului și tipărirea materialelor informative;
- pregătirea scenariilor și producerea spoturilor audio și video. Difuzarea acestora va fi realizată de către CEC;
- confecționarea materialelor promoționale pentru campania de informare;
- angajarea unor echipe mobile pentru diseminarea materialelor promoționale și a celor informative.

## **7. Descrierea materialelor. Cantitatea**

### ➤ **Spoturi video**

Spoturile video nu vor dura mai mult de 59 de secunde (inclusiv timpul necesar pentru prezentarea sloganului). Spoturile vor fi produse în mai multe formate, pentru a permite difuzarea acestora de către furnizorii de servicii media. În spoturi va fi utilizată identitatea vizuală corporativă a CEC. Spoturile vor fi realizate în limba română, cu titrare sincron în limba rusă și interpretate în limbajul mimico-gestual.

### ➤ **Spoturi radio**

Spoturile audio vor fi elaborate în limbile română și rusă. De regulă, spoturile audio reprezintă coloana sonoră a spoturilor video, cu excepția unor spoturi cu mesaj motivațional.

Fiecare material produs va fi coordonat cu CEC și va putea fi realizat doar după avizul CEC. În producerea materialelor se vor respecta principiul egalității de șanse (sociale, de gen).

### ➤ **Designul și tipărirea materialelor**

Designul pentru materialele tipărite va păstra identitatea vizuală a CEC și trebuie să permită încorporarea în material a logotipurilor Campaniei, a CEC (stema, logoul, culoarea, pagina web oficială, adresa).

### ➤ **Echipele mobile**

Acțiunea de tipul „De la ușă la ușă” se va realiza prin antrenarea a două echipe mobile ce se vor deplasa în fiecare centru raional cu ajutorul microbuzelor stilizate, pentru a informa alegătorii despre alegerile locale generale. Microbuzele stilizate vor staționa în zonele centrale ale orașelor (eventual și în unele localități rurale), iar echipele de tineri vor distribui materialele printate și promoționale. Tinerii antrenați în acțiune vor fi instruiți în prealabil de către funcționarii CEC.

## **Lotul I: ELABORAREA CONCEPTULUI, PRODUCȚIE VIDEO ȘI AUDIO, ACTIVITĂȚI DE PROMOVARE**

	<b>Denumirea serviciilor</b>	<b>Cantitate</b>	<b>Termen de realizare</b>
<b>1.1.</b>	<b>Concept de campanie</b>		
1.1.1.	Elaborarea conceptului de campanie	<b>1</b>	<b>5 septembrie</b>
	Elaborarea logoului și sloganului campaniei	<b>1</b>	<b>5 septembrie</b>
<b>1.2.</b>	<b>Producție video</b>		
	<b>Pentru turul I</b>		
1.2.1.	Spot informativ ce anunță data alegerilor locale generale	1	10 septembrie
1.2.2.	Spot despre necesitatea verificării datelor din listele electorale, inclusiv prevederile art. 160 din Codul electoral (termenul înregistrării domiciliului sau reședinței temporare nu poate fi mai mic de 3 luni până la data primului tur de scrutin)	1	15 septembrie
1.2.3.	Spot despre actele în baza cărora este permisă votarea	1	20 septembrie

1.2.4.	Spoturi motivaționale pentru alegători (care să cuprindă mesaje pentru următoarele grupuri țintă: tineri, femei, persoane cu dizabilități, minorități etnice)	2	20 septembrie - 5 octombrie
1.2.5.	Spot motivațional despre descurajarea comportamentului potențial fraudulos în alegeri	1	29 septembrie
1.2.6.	Spot care explică procedura de votare	1	9 octombrie
	<b>Pentru turul II</b>		
1.2.7.	Spot informativ ce anunță data organizării turului II de scrutin	1	6 noiembrie
1.2.8.	Spot motivațional	1	6 noiembrie
1.2.9.	Spot care explică procedura de votare	1	6 noiembrie
	<b>În total spoturi video</b>	<b>10</b>	
<b>1.3.</b>	<b>Producție audio</b>		
	<b>Pentru turul I</b>		
1.3.1.	Spot informativ ce anunță data alegerilor locale generale	1	10 septembrie
1.3.2.	Spot despre necesitatea verificării datelor din listele electorale, inclusiv prevederile art.160 din Codul electoral (termenul înregistrării domiciliului sau reședinței temporare nu poate fi mai mic de 3 luni până la data primului tur de scrutin)	1	15 septembrie
1.3.3.	Spot despre actele în baza cărora e permisă votarea	1	20 septembrie
1.3.4.	Spoturi motivaționale pentru alegători	2	20 septembrie -5 octombrie
1.3.5.	Spot motivațional despre descurajarea comportamentului potențial fraudulos în alegeri	1	29 septembrie
1.3.6.	Spot care explică procedura de votare	1	9 octombrie
	<b>Pentru turul II</b>		
1.3.7.	Spot informativ ce anunță data organizării turului II de scrutin	<b>1</b>	6 noiembrie
1.3.8.	Spot motivațional	<b>1</b>	6 noiembrie
1.3.9.	Spot care explică procedura de votare	<b>1</b>	6 noiembrie
	<b>În total spoturi radio</b>	<b>10</b>	
<b>1.4.</b>	<b>Echipe mobile și activități de sensibilizare</b>		<b>Termen de realizare</b>
1.4.1.	<b>Microbuze stilizate cu capacitate de minim 10 locuri</b> (chirie + branding + combustibil)	2	2-29 octombrie
1.4.2.	<b>Persoane antrenate</b> 22 zile lucrătoare/8 ore Două echipe mobile, a câte 5 persoane, vor fi antrenate, conform unui grafic prestabilit și agreat cu CEC, în distribuirea materialelor informative și promoționale pentru alegători, pe parcursul lunii octombrie.	2 echipe*5 persoane	2-29 octombrie

<b>1.5.</b>	<b>Promovare on-line</b>	<b>Termen de realizare</b>
1.5.1.	<b>Crearea strategiei promo internet</b> Targetarea Analiză și recomandări	10 septembrie
1.5.2.	<b>Realizarea campaniei în rețeaua internet</b> (perioada 01.09-turul II al alegerilor)	septembrie-noiembrie

## Lotul II: MATERIALE TIPOGRAFICE

<b>2</b>	<b>Printabile</b>	<b>Cantitate</b>	<b>Termen de realizare</b>
2.1.	<b>Ghidul alegătorului ROM</b> Format – 210+148, Volum -28 pag (4+4) hârtie text – offset, 70 g/m2, Coperta 4+0 hârtie coperta – cretată, 110 g/m2 Servicii de machetare, design, tipar	15 000	20 septembrie
2.2.	<b>Ghidul alegătorului RUS</b> Format – 210+148, Volum -28 pag (4+4) hârtie text – offset, 70 g/m2, Coperta 4+0 hârtie coperta – cretată, 110 g/m2 Servicii de machetare, design, tipar	5 000	20 septembrie
2.3.	<b>Ghidul alegătorului Ucraineană</b> Format – 210+148, Volum -28 pag (4+4) hârtie text – offset, 70 g/m2, Coperta 4+0 hârtie coperta – cretată, 110 g/m2 Servicii de machetare, design, tipar	1 000	20 septembrie
2.4.	<b>Ghidul alegătorului Bulgară</b> Format – 210+148, Volum -28 pag (4+4) hârtie text – offset, 70 g/m2, Coperta 4+0 hârtie coperta – cretată, 110 g/m2 Servicii de machetare, design, tipar	1 000	20 septembrie
2.5.	<b>Ghidul alegătorului Găgăuză</b> Format – 210+148, Volum -28 pag (4+4) hârtie text – offset, 70 g/m2, Coperta 4+0 hârtie coperta – cretată, 110 g/m2 Servicii de machetare, design, tipar	1 000	20 septembrie
2.6.	<b>Ghidul observatorului ROM</b> Format A5, volum 30-35 pagini, text 4+4, mat, hârtie text 70 gr/m2, coperta 4+0, laminat mat, hârtie copertă 150 gr/m2 Servicii de machetare, design, tipar	1 000	20 septembrie
2.7.	<b>Ghidul observatorului ENG</b> Format A5, volum 30-35 pagini, text 4+4, mat, hârtie text 70 gr/m2, coperta 4+0, laminat mat, hârtie copertă 150 gr/m2 Servicii de machetare, design, tipar	300	2 octombrie
2.8.	<b>Poster informațional pentru alegători ROM</b> Format A1, hârtie 250 gr/m2, 4+0 Servicii de machetare, design, tipar	2 000	5 octombrie
2.9.	<b>Poster informațional pentru alegători RUS</b> (Format A1, hârtie 250 gr/m2, 4+0) Servicii de machetare, design, tipar	500	5 octombrie
2.10.	<b>Pliante informative pentru alegători ROM</b> Format 150*200 mm (pliat în 2)	30 000	2 octombrie

	Servicii de machetare, design, tipar		
2.11.	<b>Pliante informative pentru alegători RUS</b> Format 150*200 mm (pliat în 2) Servicii de machetare, design, tipar	8 000	2 octombrie
2.12.	<b>Pliante informative pentru alegători găgăuză</b> Format 150*200 mm (pliat în 2) Servicii de machetare, design, tipar	5 000	2 octombrie
2.13.	<b>Pliante informative pentru alegători bulgară</b> Format 150*200 mm (pliat în 2) Servicii de machetare, design, tipar	5 000	2 octombrie
2.14.	<b>Pliante informative pentru alegători ucraineană</b> Format 150*200 mm (pliat în 2) Servicii de machetare, design, tipar	5 000	2 octombrie
2.15.	<b>Poster procedura de votare pentru alegători ROM</b> Format A1, hârtie 250 gr/m2, 4+0 Servicii de machetare, design, tipar	2 000	2 octombrie
2.16.	<b>Poster procedura de votare pentru alegători RUS</b> Format A1, hârtie 250 gr/m2, 4+0 Servicii de machetare, design, tipar	500	5 octombrie
2.17.	<b>Poster observatori ROM/ENG</b> Format (470*680 mm) hârtie 250 gr/m2, 4+0 Servicii de machetare, design, tipar	2 000	5 octombrie
2.18.	<b>Poster informațional despre încălcări în secție ROM</b> Format A1, hârtie 250 gr/m2, 4+0 Servicii de machetare, design, tipar	1 800	5 octombrie
2.19.	<b>Poster informațional despre încălcări în secție RUS</b> Format A1, hârtie 250 gr/m2, 4+0 Servicii de machetare, design, tipar	500	5 octombrie
2.20.	<b>Codul de conduită al funcționarilor electorali ROM</b> Format A1, hârtie 250 gr/m2, 4+0 Servicii de machetare, design, tipar	2 000	25 octombrie
2.21.	<b>Codul electoral ENG</b> Format: 200*150 mm, volum 110 pagini, culoare text interior 1+0. hârtie text ofset 70gr/m2, coperta 4+0, carton 300 gr/m2, laminat mat 100 microni Servicii de machetare, design, tipar	500	20 septembrie
2.22	<b>Carnete</b> (A5) – 20 pagini interior 1+0, 70 gr/mp, coperta 250 gr/mp, 4+0, UV 1+0 Linieri foi: fără linieri Finisare: broșare/spirală din metal, vertical/orizontal Servicii de design, machetare	15000	20 septembrie
2.23	<b>Carnete</b> (A5) – 20 pagini interior 1+0, 70 gr/mp, coperta 250 gr/mp, 4+0, UV 1+0 Linieri foi: celule (matematică) Finisare: spirală din metal, orizontal Servicii de design, machetare	200	20 septembrie

2.24	<b>Mape cu buzunar simplu</b> Dimensiuni deschisă 305 x 440 mm, închisă 305 x 220 mm, carton 300 gr/mp, coperta 4+0, UV 1+0 Servicii de machetare, design	200	20 septembrie
------	--	-----	---------------

### Lotul III: MATERIALE PROMOTIIONALE

	Articole	Cantitate	Termen de realizare
3.1	<b>Pixuri (biodegradabile) cu imprimare 1+0</b> Buton, clips și vârful de culoare alb/albastru Mina albastră, grosimea liniei: cel puțin 0,5 mm Cerneală de culoare albastră	15 000	20 septembrie
3.2	<b>Pixuri (biodegradabile) cu imprimare 1+0</b> Buton, clips și vârful de culoare alb/albastru Mina albastră, grosimea liniei: cel puțin 0,5 mm Cerneală de culoare albastră	200	20 septembrie
3.3	<b>Hanorace stilizate.</b> Să aibă fermoar în față, pe centru vertical, buzunare laterale. Realizat dintr-un material moale și confortabil. Compoziție: 80% bumbac, 20% polyester, densitate cel puțin 250 gr/m <sup>2</sup> Material 3 fire cu blăniță, densitate cel puțin 250 gr/m <sup>2</sup> . Culoare: gri deschis sau albastră, unisex, cu imprimare logo față stânga A5, polychrome. Mărimi: 25% S, 25% M, 25% L, 25% XL.	300	2 octombrie
3.4	<b>Geantă din bumbac.</b> Culoare bej sau alb cu albastru. Mânere lungi 70 cm. Pânză aspră 140 g/m <sup>2</sup> . Dimensiuni: 38 x 42 cm Imprimare 4+1 logo campanie pe o singură parte (față), policromă, A4. Metoda de imprimare: transfer termic/digital, serigrafie sau DTF.	300	2 octombrie
3.5	<b>Medalioane/pandantive reflectorizante</b> pentru geți și rucsacuri, cu suport din metal pentru agățare. Dimensiune: diametrul 6 cm Material: din PVC. Personalizare prin tampografie sau imprimare UV	300	2 octombrie

Președinta

Comisiei Electorale Centrale

Conducătoarea grupului de lucru \_\_\_\_\_/Angelica CARAMAN