

CAIET DE SARCINI

Elaborarea conceptului și planului de acțiuni pentru implementarea Campaniei de comunicare privind elaborarea și pilotarea Sistemului Informațional de Vot prin Internet

1. Generalități.

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

Comisia Electorală Centrală este autoritatea care asigură condiții optime pentru ca toți cetățenii Republicii Moldova să-și poată exercita nestingherit dreptul constituțional de a alege și de a fi ales în cadrul unor alegeri libere și corecte. Pandemia, prezența la urne în număr sporit a alegătorilor de peste hotare la ultimele scrutine naționale, dar și situația din regiune impun o serie de acțiuni din partea statului pentru garantarea accesului fiecărui cetățean la alegeri, indiferent de locul aflării acestuia.

Totodată, organizarea alegerilor a cunoscut o serie de modernizări în scopul implementării tehnologiilor informaționale. În domeniul electoral din Republica Moldova au fost implementate un șir de soluții IT care au demonstrat eficiența.

Dezvoltarea și implementarea sistemului de vot prin internet reprezintă continuitatea pașilor în digitalizarea procesului electoral. Unul din scopurile pilonului 1 al Planului Strategic al CEC pentru anii 2020-2023 vorbește despre *"Prestarea impecabilă a serviciilor electorale în concordanță cu valorile fundamentale ale Comisiei Electorale Centrale"*, iar obiectivul 1.1 ține de *dezvoltarea serviciilor accesibile, securizate și inovative*. Astfel planul de acțiuni indică asupra automatizării secțiilor de vot dar și perfecționarea Sistemului Informațional Automatiza de Stat "Alegeri", inclusiv prin **dezvoltarea sistemului „Votarea prin Internet”**.

La data de 30 decembrie 2021, CEC a creat grupul de lucru interinstituțional, care a elaborat Conceptul sistemului de vot prin internet „e-Votare”, aprobat prin Hotărârea CEC nr 572/2022, remis Guvernului Republicii Moldova și Parlamentului Republicii Moldova pentru examinare. Prin hotărârea nr. 725 din 11 octombrie 2022 a fost instituit Grupul de lucru și aprobat planul de acțiuni privind elaborarea și pilotarea Sistemului Informațional de Vot prin Internet.

Pentru familiarizarea alegătorilor cu particularitățile organizării procesului de vot prin internet, CEC își propune să organizeze o amplă campanie de educație electorală și informare calitativă și operativă a alegătorilor privind elaborarea și pilotarea Sistemului Informațional de Vot prin Internet.

2. Scopul Campaniei

Scopul acestei campanii este de a informa publicul larg despre acțiunile întreprinse de Comisia Electorală Centrală, de comun cu alte instituții ale statului, în vederea digitalizării procesului electoral și diversificării metodelor de vot prin dezvoltarea și pilotarea alegerilor prin internet. Inclusiv, campania va avea componente distincte de educație electorală despre particularitățile, etapele și modul de implementare a votului prin internet.

Mesajele vor fi adresate tuturor alegătorilor. Totodată, vor fi elaborate și mesaje adresate unor categorii speciale de alegători (alegătorii aflați peste hotarele Republicii Moldova și din localitățile din stânga Nistrului, tinerilor alegători, persoanele cu dizabilități, deținători ai actelor de identitate digitale).

Pe parcursul campaniei, votul prin internet trebuie să fie prezentat ca un instrument alternativ de vot, astfel, procesul electoral devenind mai accesibil, sigur și inovativ, iar CEC va fi prezentată ca autoritate profesionistă, transparentă, corectă, apolitică, în care poți avea încredere. Vor fi evidențiate aspectele privind asigurarea securității votului prin internet, măsurile de prevenire a posibilelor influențe, precum și instrumentele de verificare, dar și părțile antrenate în monitorizarea procesului.

3. Obiectivele Campaniei.

a. informarea alegătorilor despre beneficiile sistemului de vot prin internet, etapele procesului de votare, în baza căror acte de identitate, procedura de votare, măsurile de securitate, bunele practici ale altor state, etc.

b. prezentarea opțiunii de vot prin internet ca un serviciu accesibil și firesc pe lângă celelalte servicii digitale deja existente.

c. informarea alegătorilor aflați în afara Republicii Moldova și a celor din localitățile din stânga Nistrului despre posibilitatea votării prin internet, fără necesitatea de a se deplasa la o secție de votare. Acest scop trebuie să fie atins atât prin utilizarea celor mai rentabile mijloace de comunicare/informare din interiorul țării, cât și a celor de peste hotare.

d. creșterea încrederii alegătorilor în procesul electoral și încurajarea participării conștiente a alegătorilor la votare, inclusiv prin internet. Alegătorii vor trebui să înțeleagă care este locul și rolul lor în procesul electoral și de ce este important să participe la alegeri. Materialele vor viza toate persoanele cu drept de vot și unele categorii speciale de alegători:

- tinerii alegători și/sau alegătorii care participă pentru prima dată la votare – de a-i motiva și încuraja să participe la votare;
- persoanele cu dizabilități – motivarea, încurajarea și promovarea oportunității de a-și exercita votul fără a se deplasa la o secție de votare;
- deținătorii actelor de identitate digitale.
- responsabilizarea alegătorilor în vederea obținerii semnăturii electronice sau buletinului electronic.

4. Grupurile-țintă

- alegătorii care se află pe teritoriul Republicii Moldova;
- alegătorii care se află în străinătate și din stânga Nistrului;
- alegătorii care dețin acte de identitate digitale;

5. Mesajele Campaniei

Conceptului Campania de comunicare trebuie să aibă o abordare integrată, modernă și atractivă. Acesta va include mesajele cheie transmise către publicul larg, formulate clar și concis,

folosindu-se un limbaj comun și accesibil. Sloganul principal trebuie să fie consistent și comunicat în toate materialele produse (același în toate materialele). Alte slogane 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.

6. Serviciile prestate

- 6.1. elaborarea conceptului Campaniei de informare;
- 6.2. elaborarea logo-ului și a sloganului principal al Campaniei;
- 6.3. elaborarea mesajelor de bază pentru Campanie;
- 6.4. elaborarea Planului de acțiuni pentru implementarea Campaniei, cu indicarea termenelor estimative pentru realizarea activităților (până la finele anului 2023);
- 6.5. elaborarea propunerilor pentru produsele, activitățile de campanie (video, printabile, articole de promovare, evenimente).
- 6.6. elaborarea devizului estimativ de cheltuieli pentru activitățile indicate la pct.6.5.

7. Criterii generale față de companie:

- Grupul de achiziții din cadrul CEC va analiza și va evalua ofertele prezentate în funcție de calitatea, creativitatea, atractivitatea, originalitatea proiectelor înaintate;
- Experiență în domeniul elaborării de concepte și planuri de acțiuni, inclusiv desfășurării campaniilor de informare în colaborare cu autoritățile publice – minim 3 ani (capacitatea de a oferi un spectru larg de servicii de promovare);
- Vor fi prezentate 3 scrisori de recomandare.

Președinta

Comisiei Electorale Centrale

Conducătorul grupului de lucru



Angelica CARAMAN