

TERMENI DE REFERINȚĂ

Pentru selectarea unei asociații obștești de media
care va acoperi regiunea de dezvoltare Centru în cadrul proiectului:
„Consolidarea cadrului de protecție a consumatorului în Republica Moldova”

1. Scurtă descriere a proiectului

Donatori: Comisia Europeană și Fundația Soros Moldova

Perioada de implementare: ianuarie 2024 – iunie 2026

Bugetul total al proiectului: EUR 784,285.00

Centrul analitic independent Expert-Grup, în calitate de partener principal, în consorțiu cu Institutul pentru Politici și Reforme Europene (IPRE), implementează proiectul de grant finanțat de Uniunea Europeană și Fundația Soros Moldova: „[Consolidarea cadrului de protecție a consumatorului în Republica Moldova](#)”.

Obiectivul general al proiectului vizează ca drepturile consumatorilor să fie cunoscute și aplicate în Moldova. Acesta contribuie la îndeplinirea obiectivului global al prezentei cereri de propuneri de consolidare a capacității organizațiilor societății civile în procesul de punere în aplicare a acordului de asociere, inclusiv la nivel local, ținând cont de faptul că protecția consumatorilor este o componentă-cheie a agendei de asociere și a procesului de integrare europeană. Și anume, corespunde lotului 2 al cererii de propuneri: sprijinirea punerii în aplicare a protecției consumatorilor bazate pe drepturi prin activități de advocacy. Obiectivul va fi realizat prin intermediul a două obiective specifice complementare.

Obiective specifice:

1. Guvernul Republicii Moldova și-a sporit capacitățile de aplicare a legislației privind protecția consumatorilor apropiată de acquis-ul UE - va urma abordarea de sus în jos, vizând factorii de decizie politică. Acesta va consta, în principal, în asistență tehnică care va permite Guvernului să accelereze procesul de armonizare cu acquis-ul UE în domeniul protecției consumatorilor.
2. Consumatorii din Moldova și-au sporit cunoștințele și capacitățile de a-și promova drepturile – vor urma abordarea ascendentă, prin împuternicirea mass-media și a societății civile să promoveze protecția consumatorilor și să crească nivelul de informare și conștientizare în societate cu privire la această problemă.

Principalele activități ale proiectului sunt:

- Cartografierea cuprinzătoare a instituțiilor din domeniul protecției consumatorilor;
- Analiza decalajelor dintre situația actuală din Moldova legată de cadrul de protecție a consumatorilor și directivele UE în acest domeniu;
- Elaborarea unui set de recomandări pentru instituțiile relevante pentru ajustarea cadrului legal în conformitate cu analiza lacunelor menționată;
- Elaborarea unui software care permite clasificarea, sortarea și procesarea rapidă a petițiilor și, în același timp, permite consumatorilor să urmărească starea petiției lor;
- **Dezvoltarea și implementarea unei campanii de conștientizare privind protecția consumatorilor;**
- Înființarea Centrului European al Consumatorului din Republica Moldova;

Grupurile țintă și beneficiarii finali ai proiectului:

Acțiunea va fi pusă în aplicare pentru 3 grupuri-țintă (TG).

TG1 cuprinde Ministerul Economiei și Dezvoltării Digitale și Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția Consumatorilor, precum și întreaga constelație de instituții responsabile de protecția consumatorilor, având în vedere fragmentarea ridicată a cadrului instituțional în acest domeniu (tabelul nr 1).

Tabelul 1. Principalele autorități publice care se ocupă de protecția consumatorilor

Sector	Principala autoritate publică responsabilă cu protecția consumatorilor	Autoritatea publică subordonată responsabilă cu protecția consumatorilor
Produse nealimentare, servicii, metrologie	Ministerul Dezvoltării Economice și Digitalizării	Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția Consumatorilor
Sănătate	Ministerul Sănătății	Agenția Națională pentru Sănătate Publică
Transport	Ministerul Infrastructurii și Dezvoltării Regionale	Agenția Națională de Transport Auto Agenția Navală Autoritatea Aeronautică Civilă
Construcții	Ministerul Infrastructurii și Dezvoltării Regionale	Inspectoratul Național pentru Supraveghere Tehnică
Telecomunicații	Ministerul Infrastructurii și Dezvoltării Regionale	Agenția Națională pentru Reglementare în Comunicații Electronice și Tehnologia Informației
Turism	Ministerul Culturii	Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Produselor Nealimentare și Protecția Consumatorilor
Sectorul financiar nebanca	Comisia Națională a Pieței Financiare a Băncii Naționale a Moldovei	Comisia Națională a Pieței Financiare
Sectorul financiar banca	Banca Națională a Moldovei	Banca Națională a Moldovei
Produsele alimentare	Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare	Agenția Națională pentru Siguranța Alimentelor
Energie, apă și canalizare	Ministerul Infrastructurii și Dezvoltării Regionale	Agenția Națională pentru Reglementare Energetică

Nevoi și constrângeri: capacități reduse de aliniere a cadrului juridic și instituțional la acquis-ul UE, coordonare interinstituțională deficitară, lipsa instrumentelor digitale adecvate pentru gestionarea petițiilor consumatorilor și credibilitate scăzută în rândul consumatorilor. Acțiunea va aborda aceste nevoi și constrângeri prin asistență tehnică pentru ajustarea cadrului juridic și instituțional în conformitate cu acquis-ul UE și dezvoltarea (OP1.1-OP1.3) și implementarea instrumentului/software-ului digital pentru gestionarea petițiilor consumatorilor (OP1.4), în cadrul OS1.

TG2: societatea civilă. Nevoi și constrângeri: informații și conștientizare scăzute cu privire la drepturile consumatorilor și mecanismele de promovare a protecției consumatorilor, subfinanțarea și organizarea slabă a societății civile care lucrează în acest domeniu. Acțiunea va aborda aceste nevoi și constrângeri prin sprijinirea

creării Centrului European al Consumatorilor (OP2.3-2.4), precum și prin campania de sensibilizare (OP2.1), în cadrul OS1.

TG3: mass-media. Nevoi și constrângeri: similar cu societatea civilă – conștientizare scăzută, dar și capacități de a reflecta problemele de protecție a consumatorilor în activitatea lor. Acțiunea va aborda aceste nevoi și constrângeri prin sprijinirea a 5 OSC-uri media, inclusiv prin subgranturi (OP2.2) și prin furnizarea de conținut pentru campania de conștientizare și vizibilitate (OP2.1) care va fi implementată și prin mass-media.

2. Scopul achiziției

Acest concurs are scopul de a selecta o asociație obștească, organizație mass-media care va acoperi zona de dezvoltare Centru și va primi un subgrant, în valoare de **până la 15,000.00 EUR** pentru a sprijini activitățile de comunicare și conștientizare ale proiectului, desfășurate în întreaga țară. Proiectul este inclus în anexa nr.1 la HG nr. 246 din 2010, astfel, și subgrantul acordat în cadrul acestui proiect face obiectul scutirilor de la plata impozitului pe venit, accize, taxe vamale, și TVA.

Asociația obștească de media selectată va acoperi prin activitatea sa regiunea de dezvoltare Centru, așa cum este aceasta definită prin Legea nr. 438/2006 privind dezvoltarea regional în Republica Moldova.

Organizația media selectată va sprijini campania de conștientizare privind protecția consumatorilor prin elaborarea **unei investigații jurnalistice și altor 5 produse media, la discreția acestora: articole, emisiuni radio/tv, podcasturi etc. pe teme legate de protecția consumatorilor**. Organizația mass-media selectată va beneficia de suportul unui expert selectat în cadrul proiectului.

Expertul va oferi suportul necesar, în caz de necesitate, pentru organizația beneficiară să se asigure că subiectul selectat pentru investigațiile jurnalistice nu se dublează și va susține organizația mass-media selectată în elaborarea produselor media legate de protecția consumatorilor (investigații, articole, emisiuni tv/radio, podcasturi etc).

Având în vedere că adesea consumatorii din regiunea transnistreană cumpără produse/servicii de consum pe malul drept al Nistrului, care este controlat de autoritățile constituționale, toate materialele informative vor fi traduse în limba rusă și diseminate prin canalele de comunicare din regiunea respectivă. Dacă materialele de comunicare vor fi produse în limba rusă, atunci vor fi traduse în limba română și vor fi diseminate.

3. Livrabile și graficul de realizare a activităților

Organizația subgrantistă câștigătoare va începe prin a informa expertul desemnat subiectul pentru investigația jurnalistică și cele minim 5 produse media (articole, emisiuni TV/radio etc), pentru a se asigura că acest subiect nu a fost selectat de celelalte organizații beneficiare. După recepționarea confirmării de la echipa de proiect cu privire la subiectul ales, organizația subgrantistă va demara activitățile respectând termenele limită incluse în contract. Expert-Grup se angajează să respecte politica editorială a instituției media selectate, iar coordonările menționate au scopul strict de a asigura implementarea obiectivelor proiectului. Produsele media vor fi publicate, diseminate și discutate.

Tabelul 2 Rezultate și termene estimate

Livrabile	Calendarul activităților proiectului
Propunerea de teme pentru 1 investigație jurnalistică și 5 produse media.	Octombrie-noiembrie 2024
Contribuția expertului desemnat	Decembrie 2024
Elaborarea și lansarea investigației jurnalistice	Decembrie 2024 - Aprilie 2025
Elaborarea, publicarea și diseminarea celor 5 produse media.	Martie 2025 – Decembrie 2025 (estimativ una la fiecare două luni).

4. Cerințe generale pentru organizația mass-media aplicantă

Organizația mass media candidată trebuie să îndeplinească următoarele cerințe generale de eligibilitate:

1. să fie asociație obștească înregistrată legal în Republica Moldova;
2. să semneze și respecte [„Codul de etică al jurnaliștilor moldoveni”](#);
3. să facă dovada unei politici editoriale independente (autoevaluare);

5. Cerințe specifice pentru organizația mass-media aplicantă:

Organizația mass media candidată va:

1. explica: i) motivația și interesul pentru consolidarea cadrului de protecție a consumatorilor în Moldova, ii) planurile organizației de a disemina materialul produs, iii) planurile organizației privind continuarea eforturilor de abordare în produsele sale media a problemelor legate de protecția consumatorilor; iv) obiectivele și rezultatele pe care organizația intenționează să le obțină prin contractul de subgrantare.
2. prezenta experiența organizației în desfășurarea investigațiilor jurnalistice;
3. prezenta experiența în scrierea de articole și/sau producerea de emisiuni TV/radio, podcasturi;
4. furniza link-uri către site-ul organizației, paginile de socializare;
5. furniza CV-urile membrilor echipei (până la 3 CV-uri) cu care organizația intenționează să implementeze subgrantul;
6. dovedi sustenabilitatea financiară a organizației prin furnizarea situațiilor financiare pentru anii 2022-2023.
7. prezenta un proiect de buget cu resursele alocate pentru executarea sarcinilor prevăzute (notă: proiectul este scutit de TVA).

6. Depunerea ofertei

Oferta depusă va fi compusă dintr-un singur fișier PDF care va include:

1. Copia certificatului de înregistrare
2. Scrisoare de intenție (max 3 pagini) care va detalia:

- motivația și interesul organizației pentru consolidarea cadrului de protecție a consumatorilor în Moldova;
 - planurile organizației de a disemina materialul produs;
 - planurile organizației privind continuarea eforturilor de a aborda în produsele sale media problemele legate de protecția consumatorilor;
 - obiectivele și rezultatele pe care organizația intenționează să le obțină prin contractul de subgrantare.
3. Lista cu link-uri către investigațiile jurnalistice efectuate (dacă sunt).
 4. Experiența organizației: o listă cu link-urile către top 10 materiale media cu cel mai mare impact (articole, emisiuni TV/radio, podcasturi etc.). Dacă sunt disponibile, însoțite de cifrele de impact (audiență).
 5. Lista de link-uri către site-ul organizației, paginile de socializare etc.
 6. CV-urile a maxim 3 membri ai echipei cu care organizația intenționează să implementeze subgrantul.
 7. Situațiile financiare pentru anii 2022-2023.
 8. Explicație despre modul în care organizația media asigură independența politicii sale editoriale (max. 1 pagină.);
 9. Proiectul bugetului cu repartizarea resurselor necesare implementării proiectului.

Candidații interesați trebuie să-și trimită ofertele într-un singur document PDF, prin e-mail, la procurari@expert-grup.org, până la data de 4 noiembrie 2024, ora 10:00.

La expedierea dosarului de participare prin email la adresa procurari@expert-grup.org va fi indicat subiectul mesajului: „**Selectarea organizației mass media CPF Regiunea: Centru**”.

Aplicațiile pe suport de hârtie vor fi respinse.

7. Grila de evaluare

Evaluarea aplicațiilor se va efectua într-o singură etapă pe baza materialelor primite care vor fi îmbinate într-un singur fișier PDF și vor constitui aplicația organizației. Aplicantul și dosarul care nu respectă „**cerințele generale**”, sau aplicațiile care sunt incomplete vor fi respinse și nu vor fi evaluate.

Tabelul 3 Grila de evaluare

Criterii specifice de evaluare	Puncte (max)
Explicația (max. 3 pagini): i) motivației și interesului pentru consolidarea cadrului de protecție a consumatorilor în Moldova; ii) planurilor organizației de a disemina materialele produse; iii) planurilor organizației privind continuarea eforturilor pentru abordarea în produsele sale media a problemelor legate de protecția consumatorilor; iv) obiectivelor și rezultatelor pe care organizația intenționează să le obțină prin contractul de subgrantare.	30
Prezentarea experienței organizației în realizarea investigațiilor jurnalistice (listă cu link-uri către investigațiile jurnalistice desfășurate);	15
Experiența organizației: o listă de link-uri către primele 10 materiale media cu cel mai mare impact (articole, emisiuni TV/Radio, podcasturi etc). Dacă sunt disponibile, însoțite de cifrele de impact/vizualizări;	15

Site-ul organizației, paginile de socializare;	10
Capacitatea de implementare a echipei: CV-urile a 3 membri ai echipei cu care organizația intenționează să implementeze subgrantul;	10
Situațiile financiare pentru 2022 și 2023	10
Relevanța bugetului pentru sarcinile descrise	10
Total	100