



## GHID PENTRU CANDIDAȚI

Apel de candidaturi pentru participarea la

### Comm.Labs pentru organizațiile societății civile (OSC) din Republica Moldova

#### AVIZ

Acesta este un apel deschis de candidaturi pentru participarea la **Comm.Labs**, un program dedicat consolidării capacităților organizațiilor societății civile (OSC) din Republica Moldova, cu scopul de a dezvolta și lansa propriile campanii de comunicare cu sprijinul UE.

Cererile de participare la Comm.Labs se depun online prin intermediul **formularului de aplicare disponibil la <https://www.surveymonkey.com/r/2026-CommLabs>**. **Termenul limită pentru depunere este 23.00 (CET) la data de 1 iulie 2026.**

Vă rugăm să verificați criteriile de eligibilitate înainte de a aplica. La depunerea cererilor, candidații trebuie să respecte toate instrucțiunile cuprinse în Ghid și să completeze formularul de cerere online. Nerespectarea termenului specificat pentru depunerea informațiilor și a documentației necesare poate duce la respingerea cererilor.

Dacă aveți întrebări cu privire la cererea dumneavoastră, vă rugăm să ne contactați la [ladc@eapcivilsociety.eu](mailto:ladc@eapcivilsociety.eu)

#### Cuprins

|   |    |
|---|----|
| Cuprins.....  | 1  |
| 1. Obiectivele Comm.Labs.....                                     | 2  |
| 2. Procesul de implementare a Comm.Labs.....                      | 3  |
| 3. Costul participării.....                                       | 5  |
| 4. Sprijin financiar disponibil pentru câștigător(i).....         | 5  |
| 5. Criterii de eligibilitate.....                                 | 5  |
| 6. Cum se depune candidatura și procedurile de urmat.....         | 8  |
| 7. Etape și criterii de evaluare a candidaturilor.....            | 9  |
| 8. Drepturi de proprietate intelectuală și răspundere legală..... | 11 |
| 9. Vizibilitatea UE.....  | 12 |
| 10. Reclamații.....   | 12 |
| 11. Calendar provizoriu al Comm.Labs.....                         | 12 |



## Context

Uniunea Europeană se angajează să sprijine societatea civilă din țările Parteneriatului Estic (PE) (Armenia, Azerbaidjan, Belarus, Georgia, Moldova și Ucraina) și, în acest sens, direcționează o parte din sprijinul său prin intermediul **proiectului „Eastern Partnership Civil Society Facility” (denumit în continuare „proiectul”)**. În coordonare cu o serie de proiecte și programe, proiectul „Eastern Partnership Civil Society Facility” își propune să consolideze rolul și să sporească capacitatea organizațiilor societății civile (OSC) și a activiștilor din cadrul Parteneriatului Estic de a se implica în procesele de elaborare a politicilor și în dialogul politic, de a promova reformele și responsabilitatea publică, de a încuraja democrația locală și dezvoltarea locală și de a implica cetățenii în dezbaterile publice.

Una dintre sarcinile Proiectului este de a desfășura campanii de comunicare specifice fiecărei țări, care vizează sensibilizarea publicului cu privire la activitatea OSC-urilor și contribuie la o percepție publică pozitivă a acestora ca actori ai schimbării și mobilizatori ai comunității. Pentru a îndeplini această sarcină, Proiectul va organiza **Comm.Labs pentru 10 organizații ale societății civile din Republica Moldova, pentru a le ajuta să își dezvolte și să își deruleze propriile campanii de comunicare**. Comm.Labs urmăresc să reducă divergențele dintre OSC și publicul larg, favorizând un mediu mai propice pentru activitățile și parteneriatele OSC. Ajutând OSC să-și dezvolte abilitățile și strategiile de comunicare, Comm.Labs le vor permite să-și amplifice impactul, să sporească conștientizarea și înțelegerea publicului cu privire la activitatea lor și să-și consolideze implicarea alături de diverse părți interesate.

### 1. Obiectivele Comm.Labs

Comm.Labs reprezintă un program dedicat consolidării capacităților, care sprijină organizațiile societății civile din țările Parteneriatului Estic să dezvolte și să implementeze propriile campanii de comunicare cu sprijinul UE. **Comm.Labs 2026 se va concentra pe organizațiile societății civile și inițiativele civice din Moldova.**

La fel ca în edițiile anterioare, Comm.Labs 2026 își propune să ofere OSC-urilor instrumentele, resursele și mentoratul necesare pentru a concepe și implementa campanii de comunicare eficiente care să crească gradul de conștientizare cu privire la activitatea și impactul societății civile și să promoveze o percepție publică pozitivă asupra OSC-urilor ca agenți ai schimbării și mobilizatori ai comunității.

În Moldova, programul se va concentra **pe consolidarea capacităților de comunicare strategică ale OSC-urilor pentru a sprijini sustenabilitatea financiară și a diversifica resursele disponibile**. Prin campanii care promovează **sprijinul public pentru activitatea OSC-urilor**, inclusiv prin intermediul Mecanismului de alocare a 2% sau al oricăror alte forme de mobilizare a resurselor, organizațiile participante vor consolida încrederea publicului, vor încuraja un angajament și un sprijin civic mai mare și vor consolida rolul societății civile în dezvoltarea Moldovei.

**Vor fi selectate până la zece (10) organizații ale societății civile din Moldova** pentru a participa la Comm. Labs cu ideile lor de campanie. Ca etapă finală a programului de consolidare a capacităților,



**vor fi selectate până la trei (3) idei de campanie care vor beneficia de finanțare din partea UE pentru implementare și lansare.**

Comm. Labs sunt concepute pentru a atinge mai multe rezultate așteptate, printre care:

- **Capacitate consolidată:** Aproximativ 30 de reprezentanți ai societății civile din cadrul organizațiilor societății civile din Moldova vor dobândi o înțelegere mai profundă a strategiilor de comunicare eficiente și vor dobândi competențe practice în elaborarea și implementarea campaniilor de comunicare și advocacy. Aceștia vor dobândi cunoștințe și experiență practică în analiza publicului țintă, transmiterea mesajelor, relatarea, elaborarea bugetului, implicarea mass-media și evaluarea campaniilor, în timp ce lucrează la ideile lor de campanie.
- **Rețele consolidate:** Comm.Labs vor facilita crearea de rețele și colaborarea între organizațiile societății civile și activiștii participanți. Participanții vor avea ocazia să stabilească legături, să împărtășească experiențe și să creeze parteneriate care pot depăși cadrul programului.
- **Campanii sprijinite:** Până la trei idei de campanie vor fi sprijinite și implementate cu finanțare din partea UE și vor beneficia de expertiza echipei de proiect, inclusiv de expertiza tematică și de promovare necesare pentru producerea și lansarea cu succes a campaniilor.

## 2. Procesul de implementare a Comm.Labs

Prin acest apel de candidaturi vor fi selectate până la **10 OSC-uri din Moldova cu idei de campanii de comunicare** pentru a participa la Comm.Labs. **Fiecare organizație va crea o echipă de până la 3 participanți** – reprezentanți ai organizației, membri ai rețelei lor sau ai organizațiilor partenere, care vor fi implicați în dezvoltarea conținutului pentru campanii. Numărul total de participanți este de 30.

Comm.Labs va cuprinde o serie de activități de consolidare a capacităților și de dezvoltare a conținutului (atât online, cât și offline), desfășurate de echipa de proiect, mentorii Comm.Labs și experți invitați.

După sesiunile de consolidare a capacităților și de mentorat, participanții vor prezenta ideile finale de campanie Comitetului de selecție. Comitetul de selecție al proiectului **va selecta până la 3 campanii care vor beneficia de sprijin din partea UE pentru dezvoltare și implementare.**

Comm.Labs va avea două etape principale:

- Etapa 1. Comm.Labs: consolidarea capacităților, mentorat și dezvoltarea de conținut – **10 OSC (septembrie-octombrie 2026)**
- Etapa 2. Producerea, implementarea și evaluarea campaniilor – **până la 3 OSC (decembrie 2026 – mai 2027)**

### Etapa 1. Comm.Labs: consolidarea capacităților, mentorat și dezvoltarea de conținut

#### 1.1 Consolidarea capacităților (offline și online) și crearea de rețele:

**Comm.Labs va începe cu o sesiune de lansare offline de 2 zile a Laboratoarelor de comunicare** la Chișinău, Moldova. Sesiunile de lansare sunt programate preliminar pentru a doua **săptămână a lunii septembrie 2026** (7-11 septembrie). Acest eveniment se va concentra pe: 1) prezentarea



programului, expunerea ideilor de campanie, crearea de rețele și punerea în legătură a participanților cu mentorii și 2) consolidarea înțelegerii participanților cu privire la campaniile de comunicare eficiente și stabilirea obiectivelor și țelurilor campaniilor lor. Această sesiune practică va fi urmată de sesiuni individuale de mentorat și de o serie de seminarii web.

## 1.2 Mentorat: Perfecționarea conceptelor campaniilor de comunicare:

Programul va continua cu seminarii web și consultări online ale echipelor cu mentorii Comm.Labs. **Fiecare echipă va lucra cu un mentor dedicat**, care va ajuta echipa să:

- Perfecționeze conceptul și obiectivele campaniilor de comunicare propuse.
- Identifice publicul țintă și mesajele cheie aliniate la obiectivul general.
- Elaboreze strategii, planuri de campanie și calendare de implementare.
- Defini bugetele campaniilor, asigurând rentabilitatea și optimizarea resurselor.
- Pregăti planuri de promovare în mass-media pentru a maximiza vizibilitatea și implicarea companiei.
- Să definească indicatorii-cheie de performanță (KPI) pentru a evalua impactul și eficacitatea campaniilor.

Webinarele și activitatea individuală a echipelor cu mentorii vor fi organizate în mai multe module care se vor desfășura în perioada septembrie-octombrie 2026. Fiecare modul va avea unul sau mai multe rezultate concrete – elemente-cheie ale strategiei unei campanii de comunicare. Până la finalul Comm.Labs, echipele vor combina rezultatele fiecărui modul în proiectele lor de campanie, care vor include planul de implementare a campaniei, bugetul preliminar, materialele preliminare ale campaniei, planul media preliminar și o listă de indicatori-cheie de performanță (KPI) ai campaniei. Echipele participante vor prezenta ideile lor de campanie finalizate Comitetului de selecție.

Pe baza impactului potențial și a alinierii la obiectivul general al Laboratorului, **Comitetul de selecție va propune până la trei campanii care vor beneficia de sprijin**. Decizia Comitetului de selecție va fi supusă aprobării autorității contractante (Comisia Europeană).

## 1.3 Prezentarea finală și networking

În Moldova va fi organizat un eveniment final de o zi (prevăzut pentru mijlocul lunii noiembrie 2026), în cadrul căruia participanții își vor prezenta campaniile și vor fi anunțați câștigătorii Comm.Labs. **Organizațiile societății civile selectate (până la 3 organizații) vor fi invitate la etapa a doua a Comm.Labs**. Decizia autorității contractante cu privire la organizațiile societății civile și campaniile care vor fi sprijinite (câștigătorii), precum și cu privire la valoarea sprijinului financiar, este definitivă.

## Etapa 2. Comm.Labs: Producția, implementarea și evaluarea campaniei

Organizațiile selectate vor produce materialele pentru campania (campaniile) lor de comunicare sub supravegherea echipei de proiect. Proiectul va oferi sprijin și va acoperi costurile de producție și implementare ale campaniei (campaniilor) de comunicare selectate: proiectare, tipărire/producție,



publicitate pe rețelele sociale etc. La finalizarea fazei de producție, campaniile selectate vor fi lansate prin diverse canale.

Proiectul va implementa un cadru cuprinzător de monitorizare și evaluare pentru a evalua implementarea și rezultatele campaniilor de comunicare. Vor fi măsurate indicatori-cheie predefiniți, precum rata de acoperire, implicarea, percepția publicului și gradul de conștientizare. Se va colecta feedback de la publicul țintă și părțile interesate pentru a aduna informații și lecții învățate.

### 3. Costul participării

Costul participării la Comm.Labs va fi acoperit de Uniunea Europeană.

### 4. Sprijin financiar disponibil pentru câștigător(i)

Tipul și valoarea sprijinului acordat câștigătorilor pentru producția și implementarea campaniilor de comunicare selectate vor fi stabilite de la caz la caz, în funcție de necesități, de amploarea campaniei, de materialele care urmează să fie concepute și produse, precum și în conformitate cu termenii memorandumurilor de cooperare dintre GDSI (liderul consorțiului care implementează proiectul „Eastern Partnership Civil Society Facility”, finanțat de UE) și organizația societății civile selectată. **Suma maximă preconizată a sprijinului pentru fiecare campanie este de 8 000 EUR.** Fondurile destinate producției și implementării campaniei vor fi transferate în contul bancar oficial al OSC-urilor selectate. Vă rugăm să rețineți că fondurile sunt acordate în euro și nu în altă monedă.

### 5. Criterii de eligibilitate

**Participarea la Comm. Labs este deschisă tuturor organizațiilor societății civile înregistrate oficial în Moldova.** Se va acorda prioritate organizațiilor locale și regionale, mai degrabă decât ONG-urilor internaționale. De asemenea, se va acorda prioritate în special OSC-urilor care își desfășoară activitatea în afara capitalei și care au legături puternice cu comunitățile lor.

Organizațiile participante trebuie să fie înregistrate legal, deoarece programul include mentorat, monitorizare structurată și implementarea campaniilor de comunicare finanțate, care necesită responsabilitate organizațională și capacitatea de a gestiona resursele în mod transparent.

Există trei seturi de criterii de eligibilitate referitoare la:

- (1) candidatul principal care reprezintă o OSC
- (2) organizația societății civile care depune cererea
- (3) ideea campaniei de comunicare.

#### 5.1 Eligibilitatea candidatului principal (reprezentantul OSC)

- Să fie cetățean al Republicii Moldova; în cazuri excepționale, sunt eligibili și cetățenii altor țări din Parteneriatul Estic.
- Să aibă peste 18 ani.
- Să fie membru sau angajat actual al organizației oficiale înregistrate a societății civile din



- Moldova (OSC care aplică în cadrul acestui apel).
- Să dețină un rol relevant și un nivel de responsabilitate în cadrul organizației care să îi permită candidatului să conducă campania propusă, cum ar fi coordonator de comunicare, director sau manager.
  - Să demonstreze o înțelegere clară a obiectivelor, misiunii și activităților organizației, precum și a potențialului acesteia de a se implica în campanii de comunicare și advocacy.
  - Să aibă cunoștințe practice de limba engleză scrisă și vorbită.
  - Să-și asume responsabilitatea și să dea dovadă de angajament față de ideea campaniei de comunicare și să fie capabil să conducă echipa cu abilitățile necesare pentru a dezvolta și lansa campania.

Vă rugăm să rețineți că candidatul principal va trebui să atașeze la formularul de participare cel mai recent CV în limba engleză.

## 5.2 Eligibilitatea organizației societății civile candidate

Pentru a fi eligibilă pentru Comm.Labs, organizația societății civile candidată trebuie:

- Să fie înregistrată oficial și să își desfășoare activitatea în Republica Moldova.
- Să aibă un mandat clar și o experiență dovedită (de cel puțin doi ani) în contribuția la schimbarea socială, implicarea comunității, elaborarea de politici etc. în Moldova.
- Să se angajeze să se implice activ în toate fazele Comm.Labs, inclusiv consolidarea capacităților, dezvoltarea de conținut și implementarea campaniilor.

Se va acorda prioritate organizațiilor locale și regionale care demonstrează o abordare colaborativă și incluzivă, în special celor care se implică în inițiative la nivel local și organizațiilor din mediul rural.

## 5.3 Eligibilitatea ideilor pentru campaniile de comunicare

Comm.Labs din Moldova se vor concentra în principal pe **campanii de comunicare care consolidează sustenabilitatea financiară a organizațiilor societății civile și promovează sprijinul public pentru activitatea acestora.**

Campaniile propuse ar trebui să fie legate de misiunea și activitățile OSC-ului solicitant, încorporând în același timp un obiectiv comun: încurajarea cetățenilor, a comunităților sau a altor părți interesate să sprijine OSC-urile prin strângerea de fonduri și alte mecanisme de mobilizare a resurselor.

*Printre altele, campaniile se pot concentra pe unul sau mai multe dintre următoarele aspecte:*

- mecanismul de alocare a 2%;
- donațiile individuale și donațiile recurente;
- strângerea de fonduri la nivel comunitar și finanțarea participativă;
- programe de membru sau de susținător;
- parteneriate cu întreprinderi locale sau alte mecanisme de strângere de fonduri relevante pentru organizație.

Temele și formatele campaniilor trebuie propuse de organizațiile societății civile în cererile lor. Pentru a fi eligibilă, ideea de campanie de comunicare propusă trebuie să **îndeplinească următoarele criterii:**



- Campania trebuie să fie direct legată de misiunea organizației solicitante și ar trebui să abordeze o problemă sau o nevoie relevantă pentru comunitățile sau beneficiarii organizației.
- Campania trebuie să contribuie la consolidarea sustenabilității financiare a organizației și/sau la creșterea sprijinului public pentru societatea civilă.
- Campania trebuie să promoveze, direct sau indirect, o imagine pozitivă a organizațiilor societății civile ca actori utili, de încredere și importanți în dezvoltarea Moldovei.
- Campania trebuie să aibă potențialul de a genera rezultate și efecte dincolo de implementarea sa imediată, de exemplu, prin creșterea gradului de conștientizare a publicului, atragerea de noi susținători sau consolidarea capacității de strângere de fonduri pe termen lung.

Campaniile de comunicare propuse pot include relatări, promovare pe rețelele sociale și în mediul digital, evenimente publice, activități de implicare a comunității, materiale explicative, videoclipuri, activități media, campanii de strângere de fonduri sau alte formate de comunicare adecvate.

Campaniile ar trebui să explice atât activitatea și impactul organizației solicitante și/sau rolul mai larg al societății civile în Moldova, cât și să încurajeze publicul țintă să sprijine organizația prin unul sau mai multe mecanisme. De exemplu, o campanie poate:

- să explice cum funcționează Mecanismul de alocare a celor 2% și de ce cetățenii ar trebui să îl utilizeze;
- să încurajeze donații mici și regulate pentru a sprijini o inițiativă locală;
- să promoveze sprijinul comunității pentru un proiect social, de mediu, cultural sau civic specific;
- să construiască o bază mai puternică de susținători sau voluntari în jurul misiunii și activităților organizației.

Dacă este oportun și relevant, campaniile propuse pot fi, de asemenea, legate de inițiative naționale sau internaționale mai ample, de date importante sau de campanii anuale, cum ar fi Ziua Drepturilor Omului, Ziua Internațională a Voluntarilor, Ziua Mediului, Ziua Anticorupție, Ziua Internațională a Tineretului sau alte ocazii relevante pentru activitatea organizației.

La depunerea cererii, candidații trebuie să furnizeze o descriere concisă a campaniei propuse, incluzând:

- obiectivul campaniei și schimbarea pe care aceasta urmărește să o realizeze;
- mecanismul (mecanismele) de strângere de fonduri care urmează să fie promovat(e) (de exemplu, 2%, donații, finanțare participativă, program de susținători etc.);
- problema socială, nevoia comunității sau activitatea organizațională la care se referă campania;
- publicul (publicurile) țintă;
- de ce este importantă campania și cum va contribui aceasta la consolidarea sprijinului acordat organizației și/sau societății civile în general.

Este important de reținut că ideile de campanie prezentate în cererea de înscriere sunt considerate concepte inițiale. Organizațiile selectate își vor dezvolta, rafina și îmbunătăți ideile de campanie pe parcursul Comm. Labs, cu sprijinul mentorilor și al experților.



## Ideii de campanii de comunicare neeligibile

Următoarele tipuri de campanii **nu** sunt **eligibile**:

- **Campanii de propagandă politică**: Campaniile concepute pentru a promova un anumit partid politic, candidat sau ideologie nu vor fi eligibile. Comm.Labs se concentrează pe promovarea societății civile și a schimbărilor sociale pozitive, mai degrabă decât pe promovarea agendelor politice.
- **Discursuri de ură sau campanii discriminatorii**: Campaniile care promovează discursuri de ură, discriminare sau prejudicierea oricărei persoane, grupuri sau comunități pe baza unor factori precum rasa, etnia, genul, religia sau orientarea sexuală nu vor fi luate în considerare.
- **Campanii care vizează prozelitismul**: Încercarea oricărei religii sau a unor persoane religioase de a converti oamenii la credințele lor.
- **Activități ilegale sau comportament ilegal**: Ideile de campanie care implică sau încurajează activități ilegale, comportament neetic sau încălcări ale legilor și reglementărilor nu vor fi eligibile pentru participare. Comm.Labs își propune să sprijine inițiativele care contribuie la schimbări sociale pozitive și legale.
- **Campanii de promovare comercială sau de afaceri**: campaniile care vizează exclusiv promovarea unui produs comercial, a unui serviciu sau a unei entități comerciale nu sunt în concordanță cu obiectivele Comm.Labs, care se concentrează pe promovarea societății civile și a implicării comunității.
- **Promovare personală sau proiecte de vanitate**: Campaniile care urmăresc în primul rând promovarea mărcii personale, a reputației sau a realizărilor unei persoane, fără un impact social clar și semnificativ, nu vor fi eligibile.
- **Mesaje negative sau distructive**: Ideile de campanie care răspândesc negativitate, frică sau mesaje distructive fără a oferi soluții constructive sau implicare pozitivă nu vor fi luate în considerare.

## 6. Cum se depune candidatura și procedurile de urmat

Pentru a se înscrie la Comm.Labs, candidații trebuie:

1. Să verifice criteriile de eligibilitate.
2. Să adune toate documentele justificative necesare, așa cum sunt descrise mai sus.
3. Să completeze **formularul de înscriere online** la <https://www.surveymonkey.com/r/2026-CommLabs> și să îl trimită înainte de ora 23.00 (CET) 1 iulie 2026.

### Numărul de cereri per candidat

Un candidat **nu** poate depune mai mult de o cerere pentru acest apel de propuneri.

### Cerințe lingvistice:

- **Limba cererii**: Engleza este limba desemnată pentru toate aspectele procesului de depunere a cererii și pentru comunicarea cu echipa Eastern Partnership Civil Society Facility



(organizatorii). Aceasta include depunerea formularului de participare, corespondența cu organizatorii și participarea la orice sesiuni online sau seminarii web legate de Comm.Labs.

- **Limba campaniei:** Limba materialelor de campanie – fie că este vorba de conținut scris, elemente vizuale sau audiovizuale – trebuie adaptată publicului țintă al campaniei. Pentru a asigura că mesajele au un impact eficient, materialele trebuie elaborate în primul rând în limba (limbile) cea mai accesibilă și relevantă pentru publicul vizat, asigurând claritate, înțelegere și implicare semnificativă.
- **Limba de comunicare cu echipele și mentorii:** Deși cererea de înscriere și comunicarea formală trebuie să se desfășoare în limba engleză, comunicarea dintre echipele participante și mentorii desemnați poate fi facilitată în limba română (dacă este posibil). Această abordare are scopul de a crea un mediu confortabil și propice pentru o interacțiune și o îndrumare semnificative.

Întrebările și solicitările pot fi trimise prin e-mail cu cel puțin cinci zile lucrătoare înainte de termenul limită pentru depunerea candidaturilor la adresa [dc@eapcivilsociety.eu](mailto:dc@eapcivilsociety.eu).

Pentru a asigura tratamentul egal al solicitanților, Comitetul de selecție nu poate oferi o opinie prealabilă cu privire la eligibilitatea solicitanților sau la ideile propuse pentru campaniile de comunicare.

Nu se vor oferi răspunsuri individuale la întrebări. Toate întrebările și răspunsurile, precum și alte anunțuri importante pentru candidați vor fi publicate pe <https://eapcivilsociety.eu>. Prin urmare, se recomandă consultarea regulată a site-ului web menționat mai sus pentru a fi la curent cu întrebările și răspunsurile publicate.

## 7. Etape și criterii de evaluare a candidaturilor

Toate cererile vor fi evaluate în conformitate cu etapele și criteriile de mai jos.

### Etapa 1: Verificări administrative ale cererilor depuse

Se vor evalua următoarele aspecte:

- **Respectarea termenului limită de depunere:** Dacă termenul limită nu a fost respectat, cererea va fi respinsă automat.
- **Completarea cererii:** Asigurați-vă că toate secțiunile obligatorii ale formularului de cerere sunt completate corespunzător.
- **Verificarea eligibilității:** Verificați dacă solicitantul principal, organizația societății civile care depune cererea și ideea de campanie propusă îndeplinesc criteriile de eligibilitate specificate.

Dacă vreuna dintre informațiile solicitate lipsește sau este incorectă, cererea poate fi respinsă **doar** pe acest temei, iar cererea nu va fi evaluată în continuare. Cererile care trec de prima verificare administrativă vor fi evaluate în continuare.



## Etapa 2: Evaluarea capacității și experienței OSC și a solicitantului principal

Calitatea cererilor, inclusiv capacitatea solicitanților, va fi evaluată utilizând criteriile de evaluare din grila de evaluare de mai jos:

- **Capacitatea OSC și a solicitantului principal:** Evaluați istoricul, experiența și capacitatea OSC solicitantă în implementarea proiectelor sau inițiativelor relevante.
- **Rolul solicitantului principal:** evaluați rolul, responsabilitățile și alinierea solicitantului principal la obiectivele organizației.
- **Angajamentul față de participare:** Luați în considerare angajamentul și capacitatea OSC-ului și a solicitantului de a se implica activ în toate etapele Comm.Labs.

## Etapa 3: Evaluarea ideilor de campanii de comunicare

Ideile de campanii de comunicare vor fi evaluate utilizând criteriile de evaluare din grila de evaluare de mai jos:

- **Relevanța pentru obiective și priorități:** Evaluați cât de bine se aliniază ideea de campanie cu prioritățile UE și cu obiectivul general al CommLabs.
- **Impactul și claritatea definirii problemei:** evaluați impactul potențial al ideii de campanie și legătura dintre problema identificată și soluția propusă.
- **Efect pe termen lung:** Luați în considerare potențialul unui impact durabil, cum ar fi o încredere mai puternică a publicului, o participare civică sporită, implicarea pe termen lung a susținătorilor sau o capacitate susținută de strângere de fonduri, dincolo de calendarul imediat al campaniei.
- **Fezabilitate:** Evaluați cât de realistă și realizabilă este campania propusă în ceea ce privește calendarul, resursele, bugetul și capacitatea organizației care o implementează.

### Grila de punctare și evaluare:

Candidații vor fi notați pe baza criteriilor de mai sus, cu un punctaj total maxim de 50 de puncte. Procesul de evaluare va fi transparent, echitabil și obiectiv, asigurându-se că ideile de campanie selectate au potențialul de a crea un impact semnificativ și de a contribui la obiectivele Comm.Labs.

Cererile vor fi examinate și evaluate de comitetul de selecție, eventual cu ajutorul unor evaluatori externi. Odată ce comitetul de selecție și-a încheiat activitatea, lista solicitanților care urmează să fie invitați la Comm.Labs este transmisă spre aprobare autorităților relevante ale CE.

Criteriile de evaluare sunt împărțite în rubrici și subrubrici. Fiecărei subrubrici i se va acorda un punctaj cuprins între 0 și 5, după cum urmează: 0 = răspuns nevalid / lipsă de relevanță; 1 = foarte slab; 2 = slab; 3 = adecvat; 4 = bun; 5 = foarte bun.



| Subrubrică  | Scoruri maxime    |           |
|---|-------------------|-----------|
| <b>1. Experiența și capacitatea OSC-urilor și a solicitantului principal</b>  | <b>Subpunctaj</b> | <b>15</b> |
| 1.1 <b>Experiență relevantă:</b> În ce măsură misiunea și mandatul OSC se aliniază cu tema campaniei propuse?   | 5                 |           |
| 1.2 <b>Poziția și responsabilitatea:</b> Cât de important este rolul solicitantului principal în cadrul OSC și cum se corelează acesta cu obiectivele campaniei propuse?  | 5                 |           |
| 1.3 <b>Motivație și angajament:</b> În ce măsură solicitantul demonstrează motivație și angajament pentru a participa activ la Comm.Labs?   | 5                 |           |
| <b>2. Relevanța și impactul ideii de campanie</b>   |                   | <b>35</b> |
| 2.1 <b>Alinierea la obiective:</b> În ce măsură se aliniază campania propusă la obiectivele Comm. Labs?   | 5                 |           |
| 2.2 <b>Relevanța pentru prioritățile UE:</b> În ce măsură ideea campaniei se aliniază priorităților UE privind sprijinirea dezvoltării actorilor societății civile din Moldova aflați în afara capitalei?   | 5                 |           |
| 2.3 <b>Răspunsul la nevoile societății:</b> În ce măsură ideea campaniei vizează și răspunde nevoilor specifice ale societății sau comunității?   | 5                 |           |
| 2.4 <b>Claritatea definirii problemei:</b> Cât de clar și strategic sunt definite nevoile sau problemele specifice care urmează să fie abordate în cadrul ideii de campanie? Există o legătură clară între problema identificată și abordarea de comunicare propusă?  | 5                 |           |
| 2.5 <b>Contribuția la sustenabilitatea financiară:</b> În ce măsură este probabil ca campania să consolideze sustenabilitatea financiară a organizației și să-i diversifice sursele de sprijin (de exemplu, prin mecanismul de alocare a 2%, donații, strângere de fonduri în comunitate, implicarea susținătorilor sau alte mecanisme realiste)? | 5                 |           |
| 2.6 <b>Efecte pe termen lung:</b> În ce măsură are campania propusă potențialul de a crea efecte durabile dincolo de perioada campaniei, cum ar fi o încredere mai puternică a publicului, o participare civică sporită, implicarea pe termen lung a susținătorilor sau o capacitate susținută de strângere de fonduri?                           | 5                 |           |
| 2.7 <b>Fezabilitate:</b> În ce măsură este campania propusă realistă și realizabilă din punctul de vedere al calendarului, al resurselor, al bugetului și al capacității organizației care o pune în aplicare? Solicitantul prezintă o abordare clară și realistă în ceea ce privește punerea în aplicare?  | 5                 |           |
| <b>SCOR TOTAL</b>   |                   | <b>50</b> |

Comitetul de selecție va selecta până la 10 cereri cu cele mai bune scoruri. Participanții selectați vor fi informați prin e-mail cu privire la rezultatele evaluării și invitați să se alăture Laboratoarelor de comunicare (a se vedea secțiunea 2 „Procesul de implementare a Comm.Labs” pentru mai multe detalii).

## 8. Drepturi de proprietate intelectuală și răspundere legală

Autorii ideilor câștigătoare ale campaniilor de comunicare păstrează drepturile de proprietate intelectuală și răspunderea ulterioară cu privire la produsele dezvoltate, inclusiv obligația de a respecta legile internaționale și naționale privind drepturile de autor.



## 9. Vizibilitatea UE

Organizațiile societății civile care primesc finanțare din partea UE trebuie să ia toate măsurile necesare pentru a face public faptul că Uniunea Europeană a finanțat campaniile de comunicare selectate. În timpul implementării campaniilor de comunicare selectate, OSC-urile care primesc finanțare din partea UE trebuie să respecte obiectivele și să garanteze vizibilitatea finanțării UE, astfel cum este specificat în Cerințele de comunicare și vizibilitate pentru acțiunile externe ale UE ([https://international-partnerships.ec.europa.eu/knowledge-hub/communicating-and-raising-eu-visibility-guidance-external-actions\\_en](https://international-partnerships.ec.europa.eu/knowledge-hub/communicating-and-raising-eu-visibility-guidance-external-actions_en)). OSC-urile selectate vor beneficia de sprijin din partea echipei de proiect a Facilității pentru societatea civilă a Parteneriatului estic în ceea ce privește respectarea cerințelor de vizibilitate ale UE și, în plus, vor fi obligate să obțină aprobarea prealabilă a echipei de proiect a Facilității pentru societatea civilă a Parteneriatului estic pentru utilizarea oricăror materiale de vizibilitate.

## 10. Reclamații

În orice moment al procesului de înscriere la Comm.Labs, candidații pot semna o problemă sau depune o reclamație. Reclamațiile trebuie formulate în scris și trimise echipei Eastern Partnership Civil Society Society Facility la adresa [dc@eapcivilsociety.eu](mailto:dc@eapcivilsociety.eu), cu mențiunea „reclamație”. Un răspuns va fi trimis în termen de 10 zile lucrătoare. Dacă reclamantul nu este mulțumit de răspuns, problema va fi discutată în mod oficial cu reprezentanții Comisiei Europene, iar echipa va răspunde în consecință.

## 11. Calendar provizoriu al Comm.Labs

| Etape  | Perioada                                       |
|--|--|
| <b>Pentru toate OSC-urile participante</b>   |  |
| Lansarea cererii de candidaturi pentru OSC   | 3 iunie 2026                                   |
| Sesiune de informare pentru potențialii candidați  | 15 iunie 2026                                  |
| Termenul limită pentru solicitarea de clarificări privind cererea de propuneri   | 24 iunie 2026                                  |
| <b>Termenul limită pentru recepționarea cererilor</b>  | 1 iulie 2026                                   |
| Notificarea candidaților selectați   | 3 august 2026                                  |
| <b>Eveniment de lansare Comm.Labs de 2 zile</b>  | <b>8-9 septembrie 2026</b>                     |
| Comm.Labs: participanții lucrează la campaniile lor de comunicare cu mentori + sesiuni online de consolidare a capacităților | 11 septembrie - 15 octombrie 2026              |
| Depunerea ideilor finale de campanie pentru evaluare   | 16 octombrie 2026 (de confirmat)               |
| <b>Comm.Labs: Evenimente finale, anunțarea campaniilor care vor fi sprijinite</b>  | <b>Mijlocul/sfârșitul lunii noiembrie 2026</b> |
| <b>Pentru organizațiile societății civile care primesc finanțare</b>   |  |
| Finalizarea și producerea materialelor de comunicare pentru campaniile selectate   | Decembrie 2026 - ianuarie 2027                 |
| Lansarea și implementarea campaniilor selectate  | Sfârșitul lunii ianuarie - iunie 2027          |
| Monitorizarea și evaluarea campaniilor   | Mai - iulie 2027                               |