



Anexa nr.1 Ghidul Aplicantului, Programul
Buget Civil, Pentru ciclul de proiecte 2023

Codul proiectului:

Formular de aplicare Programul Buget Civil al Primăriei municipiului Chișinău Ediția - 2023

Pentru cine este destinat acest formular de aplicare?

Acest formular este destinat locuitorilor municipiului Chișinău, celor care vor să se implice în procesul decizional, să găsească soluții pentru orașul în care locuiesc, înaintând proiecte de interes local. Cetățenii pot trimite propuneri de proiecte și pot decide prin vot proiectele care urmează a fi finanțate și implementate prin intermediul Programului Buget Civil, stabilind astfel prioritățile de investiții pe sectoare.

Pentru a se asigura succesul implementării acestui concept este necesară implicarea autorităților locale atât în ceea ce privește dimensiunea financiară alocată în acest sens (3 milioane de lei, bani prevăzuți pentru Bugetarea Participativă) cât și în asigurarea unui cadru deliberativ specific, a repetitivității procesului și mai ales în ceea ce privește asumarea implementării și monitorizării proiectelor propuse și votate de către locuitorii capitalei.

Scopul Programului Buget Civil

Scopul Programului este de a încuraja locuitorii mun. Chișinău să se implice în procesul decizional, să fie activi și să asigure un cadru organizațional eficient de dialog între administrația publică locală, cetățeni, prin identificarea problemelor și soluționarea acestora prin intermediul propunerilor de proiecte de interes local.

Criteriile de eligibilitate ale proiectelor propuse

- Să corespundă unui obiectiv de interes general.
- Să nu aibă un caracter comercial sau publicitar.
- Să nu aibă un caracter politic sau etnic.
- Să nu genereze cheltuieli de funcționare semnificative după implementare (întreținere, plata unor drepturi de autor)
- Să fie clar delimitate spațial și să nu fie vagi.
- Să se încadreze în bugetul maxim alocat unui proiect.

Prioritățile Programului privind Bugetarea Participativă:

Infrastructură urbană: amenajarea, reabilitarea spațiilor publice, precum zone pietonale, scuaruri, spații verzi, etc.

Mobilitate urbană: accesibilitate, siguranța circulației rutiere, etc.

Infrastructură culturală și socială: valorizarea patrimoniului arhitectural și cultural, Street – art., proiecte destinate păturilor defavorizate din municipiul Chișinău, turism, etc.

Smart city, green cities: aplicarea TIC pentru ameliorarea serviciilor prestate de Primăria municipiului Chișinău, inovații și cercetare, eficiență energetică, aplicații IT pentru energie regenerabilă, pilotarea managementului inteligent al energiei, adaptarea la schimbările climatice, etc.

Democrație locală: implicarea locuitorilor municipiului Chișinău în procesul decizional local.

Educație, tineret și sport.

Diseminarea, monitorizarea activității autorităților administrației publice locale.

Contact

Dacă aveți careva întrebări cu privire la procesul de aplicare la Programul privind Bugetul Civil al municipiului Chișinău vă rugăm, să expediați un e-mail la adresa: bugetcivil@pmc.md până la data expirării termenului limită și să indicați în linia de subiect: „Proiect Buget Civil”. Telefon de contact: 022-20-17-08.

Unde expediez acest formular?

Formularul de aplicare urmează a fi transmis prin e-mail la adresa: bugetcivil@pmc.md, până la data de: 28 februarie, cu indicarea liniei de subiect „Proiect Buget Civil”.

Formular de aplicare la Programul Bugetul Civil al Primăriei municipiului Chișinău

<p>Domeniul tematic la care se referă proiectul Bifați domeniul tematic la care se referă proiectul.</p>	<p><input type="checkbox"/> Infrastructură urbană: amenajarea, reabilitarea spațiilor publice, precum zone pietonale, scuaruri, spații verzi, etc.</p> <p><input type="checkbox"/> Mobilitate urbană: accesibilitate, siguranța circulației rutiere, etc.</p> <p><input type="checkbox"/> Infrastructură culturală și socială: valorizarea patrimoniului arhitectural și cultural, street-art, proiecte destinate păturilor defavorizate din municipiul Chișinău, turism, etc.</p> <p><input type="checkbox"/> Smart city, Green cities: aplicarea TIC pentru ameliorarea serviciilor prestate de Primăria municipiului Chișinău, Inovații și cercetare, Eficiență Energetică, aplicații IT pentru energie regenerabilă, pilotarea managementului inteligent al energiei, adaptarea la schimbările climatice, etc.</p> <p><input type="checkbox"/> Democrație locală: implicarea locuitorilor municipiului Chișinău în procesul decizional local.</p> <p><input type="checkbox"/> Educație, tineret și sport: instruirii non-formale, traininguri, vizite de studiu, susținerea cercetării, artei și culturii.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Diseminarea, monitorizarea activității autorităților administrației publice locale.</p>
<p>Titlul proiectului</p>	<p>CHIȘINĂUL TURISTIC</p>
<p>Aria geografică a proiectului. Locația Vă rugăm să indicați locația: sector, adresa unde urmează să fie implementat acest proiect</p>	<p>Municipiul Chișinău</p>
<p>Autorul de proiect Bifați răspunsul corect.</p>	<p><input type="checkbox"/> Persoană fizică <input checked="" type="checkbox"/> Persoană juridică</p>
<p>Datele de contact ale autorului Completați câmpurile disponibile.</p>	<p>Bright Communications SRL / Realitatea media group</p> <p>Nume: MOSNEAGA-BARBARUC Prenume: Cristina</p> <p>Tel. de contact: +373 79978382 E-mail: cristina.mosneaga@realitatea.md</p>
<p>Ați participat anterior în cadrul programului Buget Civil? Bifați răspunsul corect. În cazul în care ați beneficiat anterior de finanțare, vă rugăm să indicați proiectul și suma de finanțare. Bifați răspunsul corect privind statutul proiectului.</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> DA cu proiectul: Ora de live cu Traian (64-c/22) Suma: 240.000 MDL <input checked="" type="checkbox"/> IMPLEMENTAT <input type="checkbox"/> NEIMPLEMENTAT</p> <p><input type="checkbox"/> NU</p>

Termenul de implementare La termenul de implementare se va ține cont de calendarul programului privind Bugetul Civil în municipiul Chișinău, pe parcursul unui an.	Începutul: 01.04.2023 Finalizarea: 31.12.2023		
Categoria proiectului Vă rugăm să includeți numărul de semnături colectate	<input type="checkbox"/> Proiect Mic Numărul de semnături _____ <i>(minim 100 semnături)</i> <input checked="" type="checkbox"/> Proiect Mare Numărul de semnături 200 <i>(minim 200 de semnături)</i>		
Valoarea totală a proiectului (MDL)	340.000		
Suma solicitată de la Primărie (MDL)	280.000		
Contribuția beneficiarului (MDL)	60.000		
Consortiul de parteneriat?	<input type="checkbox"/> DA <input checked="" type="checkbox"/> NU		
Lista tuturor partenerilor	Denumirea	Contacte	Rolul
	I. Partener 1	Adresa juridică: Telefon: E-mail:	<input type="checkbox"/> Elaborarea caietului de sarcini <input type="checkbox"/> Elaborarea devizului de cheltuieli <input type="checkbox"/> Achiziții <input type="checkbox"/> Lucrări <input type="checkbox"/> Altele
	II. Partener 2	Adresa juridică: Telefon: E-mail:	<input type="checkbox"/> Elaborarea caietului de sarcini <input type="checkbox"/> Elaborarea devizului de cheltuieli <input type="checkbox"/> Achiziții <input type="checkbox"/> Lucrări <input type="checkbox"/> Altele

DESCRIEREA DETALIATĂ A PROIECTULUI

Rezumatul Proiectului

O scurtă descriere, dar explicativă a proiectului care poate fi utilizată pentru promovare.

CHIȘINĂUL TURISTIC – Ghidul tău urban, campanie de comunicare și promovare a celor mai importante și interesante locuri turistice din oraș. Aceasta include o serie de articole, Info-grafice și materiale video, care să prezinte într-un mod clar și concis atracțiile turistice din oraș. De asemenea, campania va avea o prezență activă pe rețelele sociale, astfel încât să ajungă la publicul țintă în mod eficient. Scopul general e de a îmbunătăți vizibilitatea și notorietatea Chișinăului ca destinație turistică, a încuraja creșterea numărului de turiști și a spori impactul economic al turismului în oraș.

Descrierea detaliată a propunerii de proiect

Descrieți în detalii propunerea Dvs. de proiect: scopul, activitățile și rezultatele așteptate a acestui Proiect.

Sectorul turistic din Chișinău este unul relativ mic, dar are un potențial mare de dezvoltare. În ultimii ani, Chișinăul a început să devină o destinație turistică din ce în ce mai populară în Europa de Est, fiind recunoscut pentru vinurile sale și pentru patrimoniul său cultural și arhitectural.

Mulți turiști vin în Chișinău pentru a vizita cramele de vin și pentru a participa la degustări. În plus, Chișinăul are o bogată moștenire culturală și arhitecturală, cu numeroase muzee, galerii și monumente istorice. De exemplu, Catedrala Națională, Muzeul Național de Istorie și Cultură și Muzeul Național de Artă sunt toate destinații populare pentru turiști.

De asemenea, există un nivel relativ scăzut de turism internațional, ceea ce înseamnă că sectorul este în mare măsură dependent de turiștii din țară.

În concluzie, sectorul turistic din Chișinău are un potențial mare de dezvoltare, datorită patrimoniului său cultural. Cu o dezvoltare adecvată a infrastructurii și a marketingului turistic, Chișinăul ar putea atrage mai mulți turiști din străinătate și ar putea deveni o destinație turistică importantă în Europa de Est.

În cadrul proiectului vor fi realizate următoarele activități și produse:

1. Chișinăul Turistic – proiect video (tip reportaj), 10 episoade, despre simbolurile turistice ale Chișinăului. Protagonistul emisunii, împreună cu un ghid va merge prin locurile și locațiile din Chișinău, care reprezintă simbolurile turistice ale Chișinăului.
2. Cum funcționează – serie de articole documentate privind cum funcționează sistemul educativ, de transport, social, etc din Chișinău – 10 articole.
3. Ora de Live cu Traian – de la evenimentele publice organizate de primăria Chișinău – târguri, sărbători, evenimente culturale. 10 ediții.

Relevanța Proiectului

Care este cererea pentru acest proiect și ce nevoi locale vor fi abordate? Descrieți inițiativele relevante ale altor actori. De ce este importantă implementarea Proiectului (obiectiv și nu subiectiv).

O campanie de informare despre atracțiile turistice din Chișinău este necesară din mai multe motive.

În primul rând, mulți oameni din afara Republicii Moldova nu sunt la curent cu ceea ce Chișinăul are de oferit în termeni de turism. Deși Chișinăul a început să devină o destinație turistică tot mai populară, mai este încă mult de făcut pentru a-i face cunoscute atracțiile în rândul turiștilor străini dar și locali. O campanie de informare bine concepută ar putea ajuta la creșterea vizibilității orașului și la atragerea unui număr mai mare de turiști.

În al doilea rând, o campanie de informare ar putea ajuta la îmbunătățirea industriei turistice locale. Prin promovarea atracțiilor turistice din Chișinău, se pot atrage mai mulți turiști, ceea ce poate duce la creșterea veniturilor și a locurilor de muncă în industria turistică locală. Mai mult decât atât, o industrie turistică mai puternică poate ajuta la dezvoltarea altor sectoare economice, cum ar fi sectorul alimentar și vinicol.

În al treilea rând, o campanie de informare ar putea contribui la îmbunătățirea imaginii orașului. Promovarea patrimoniului cultural, istoric și arhitectural al orașului, precum și a vinurilor sale, poate ajuta la crearea unei imagini pozitive și atractive a Chișinăului în rândul turiștilor străini.

În concluzie, o campanie de informare despre atracțiile turistice din Chișinău este esențială pentru atragerea unui număr mai mare de turiști, pentru dezvoltarea industriei turistice locale și pentru îmbunătățirea imaginii orașului în ochii turiștilor străini.

În același timp, seria de articole – Cum Funcționează?! – vor prezenta modul de funcționare ale sistemului educativ, de transport, social, precum și altele în mun. Chișinău. Aceste produse sunt destinate locuitorilor Chișinăului, pentru a fi informați corect și în mod documentat, dar totodată, pot servi model pentru alte localități din Republica Moldova.

Ora de live cu Traian, va continua să prezinte atmosfera de la diverse evenimente publice socio-culturale, organizate de municipalitate. Aici se includ târguri, sărbători, evenimente socio-culturale.

Obiectivul general al proiectului

Care este obiectivul pe termen lung al proiectului?

Obiectivul general al campaniei de comunicare despre Chișinăul turistic este de a crește nivelul de conștientizare și interesul publicului față de atracțiile turistice, culturale și istorice ale orașului Chișinău și de a încuraja vizitatorii să exploreze și să descopere frumusețea și bogăția acestei destinații. În același timp, livrabilul Chișinăul Turistic, va fi susținut prin produse în limba engleză – pentru a atrage turiști străini, dar și pentru a oferi ocazia reprezentanților diaperei să disemineze aceste produse în afara țării.

Cum Funcționează – are obiectivul de a prezenta informații despre Chișinău într-un mod documentat, astfel ca locuitorii să fie informați corect și la obiect.

Obiectivele specifice ale proiectului

Descrieți obiectivele specifice (pași necesari pentru a realiza scopul) ale proiectului?

În mod specific, campania ar putea urmări următoarele obiective:

Să prezinte Chișinăul ca o destinație turistică atractivă, bogată în istorie, cultură, artă și gastronomie.

Să informeze publicul despre obiectivele turistice majore ale orașului, cum ar fi muzee, parcuri, clădiri istorice, zone pietonale, restaurante, baruri și cluburi de noapte.

Să promoveze evenimentele culturale și turistice importante din Chișinău, cum ar fi festivalurile, expozițiile și concerte.

Să crească nivelul de conștientizare a publicului cu privire la istoria și cultura orașului, precum și la modul în care acestea s-au dezvoltat de-a lungul timpului.

Să încurajeze vizitatorii să petreacă mai mult timp în Chișinău și să exploreze mai multe atracții turistice decât în trecut.

Să sporească nivelul de implicare al comunității locale în dezvoltarea și promovarea turismului în oraș.

Obiectivul general este de a transforma Chișinăul într-o destinație turistică mai populară și mai accesibilă pentru vizitatori din întreaga lume.

De asemenea, în contextul livrabilului Cum Funcționează, obiectivele sunt:

Documentarea și informarea locuitorilor Chișinăului despre modalitatea de funcționare a diverselor sisteme ale municipalității.

Prezentarea unui instrument de utilitate publică, care să ajute municipalitatea în comunicarea și informarea anumitor grupuri țintă – părinți, călători, categorii social-vulnerabile, etc

Activitățile Proiectului

Prezentați lista activităților cu detalii specifice pentru fiecare activitate, incluzând locul desfășurării, numărul participanților, metodologia, subiectele puse în discuție, etc. Descrieți acțiunile relevante care au fost realizate de alți actori în acest domeniu. Asigurați-vă că femeii și bărbații, în egală măsură vor fi implicați și vor beneficia din activitățile proiectului.

- Documentare și planificare:
Găsirea personajelor și a subiectelor care vor fi reflectate în cadrul proiectului.
- Realizarea produselor media.
- Diseminarea informației, monitorizarea rezultatelor.

În orice condiție, în procesul de realizare a proiectului și ale activităților, se va lua în considerație în mod obligatoriu implicarea în egală măsură a bărbaților și femeilor. Totodată, criteriul de vârstă și de limbi vorbite va fi luat în considerație.

Proiectul se va adresa către toate categoriile ale locuitorilor municipiului.

Planul detaliat de acțiuni

Definirea obiectivelor campaniei: Primul pas este stabilirea obiectivelor specifice ale campaniei. Aceste obiective ar trebui să fie SMART (specifice, măsurabile, realizabile, relevante și limitate în timp) și să reflecte interesele și nevoile publicului țintă.

Identificarea publicului țintă: Următorul pas este să se identifice publicul țintă căruia se adresează campania. Aceasta poate include turiști din alte țări, dar și localnici care pot fi încurajați să exploreze orașul mai mult. Este important să se înțeleagă nevoile și preferințele publicului țintă și să se adapteze mesajele campaniei pentru a le aborda în mod eficient.

Identificarea canalelor de comunicare: După ce publicul țintă a fost definit, următorul pas este să se identifice cele mai eficiente canale de comunicare pentru a ajunge la aceștia. Acestea vor include canale tradiționale cum ar fi televiziunea, portale de știri, rețelele sociale.

Dezvoltarea mesajelor cheie: Mesajele cheie ale campaniei ar trebui să reflecte obiectivele campaniei și să fie adaptate publicului țintă. Aceste mesaje trebuie să fie clare, concise și ușor de înțeles, astfel încât să atragă atenția publicului și să îi determine să acționeze.

Implementarea și monitorizarea campaniei: Odată ce campania a fost dezvoltată, următorul pas este să o implementăm și să monitorizăm rezultatele. Monitorizarea poate include analiza traficului pe portale și numărul de interacțiuni cu postările de pe rețelele sociale

Evaluarea și raportarea: În cele din urmă, odată ce campania a fost finalizată, este important să se evalueze și să se raporteze rezultatele obținute în raport cu obiectivele stabilite inițial. Aceste feedback-uri și date pot fi utilizate pentru a îmbunătăți campaniile viitoare și a obține rezultate mai bune.

Canalele de difuzare:

Chișinăul Turistic – 10 episoade proiect video (tip reportaj). Difuzarea va fi realizată pe RLIVE TV pe TV și widgetul online al RLIVE TV pe 14 portaluri de știri. Fiecare ediție va fi însoțită de știri în limbile română, rusă și engleză, corespunzător pe realitatea.md, rupor.md și moldovalive.md. Știrile vor include infografii la necesitate. De asemenea, știrile sunt distribuite pe rețelele sociale ale grupului Realitatea.

Cum funcționează – 10 articole pe realitatea.md și rupor.md, cu distribuție pe rețelele sociale. Știrile vor include infografii la necesitate.
serie de articole documentate privind cum funcționează sistemul educativ, de transport, social, etc din Chișinău – 10 articole.

Ora de Live cu Traian – 10 transmisiuni de la evenimente, distribuite pe RLIVE TV + widgetul online al RLIVE TV pe 14 portaluri de știri.

Durabilitatea/Sustenabilitatea Proiectului

Cum va asigura proiectul durabilitatea rezultatelor?

Sustenabilitatea unui proiect de promovare a atracțiilor turistice din Chișinău se referă la capacitatea acestuia de a-și menține impactul și beneficiile în timp. Acest lucru este important, deoarece promovarea turismului poate aduce beneficii economice și sociale semnificative, dar poate avea și un impact negativ asupra mediului și asupra resurselor culturale și istorice.

Pentru a asigura durabilitatea unui astfel de proiect, este important să se ia în considerare următoarele aspecte:

Conservarea patrimoniului cultural și istoric: Pentru a proteja patrimoniul cultural și istoric al orașului, este important să se promoveze un turism responsabil, care să respecte și să conserve monumentele și siturile istorice.

Dezvoltarea economică sustenabilă: Este important ca proiectul să aibă un impact pozitiv asupra economiei locale și să promoveze dezvoltarea economică sustenabilă. Acest lucru poate fi realizat prin creșterea numărului de turiști, crearea de locuri de muncă în industria turistică și promovarea comerțului local.

Implicarea comunității locale: Pentru a asigura durabilitatea proiectului, este important să se implice comunitatea locală în dezvoltarea și implementarea campaniei de promovare. Acest lucru poate ajuta la crearea unui sentiment de proprietate asupra proiectului și la susținerea sa pe termen lung.

Prin abordarea acestor aspecte și prin promovarea unui turism durabil și responsabil, proiectul de promovare a atracțiilor turistice din Chișinău poate fi durabil și sustenabil pe termen lung

Livrabilele realizate vor fi difuzate în reluări și după finalizarea proiectului, la postul de televiziune RLIVE TV, de minim 2 ori pe parcursul anului ulterior proiectului.

În același timp, teme și subiectele abordate, diversitatea formelor și instrumentelor de producție și difuzare, cu siguranță vor servi bune exemple pentru multe alte instituții media în realizarea de materiale similare.

Totodată, grupul Realitatea, care operează RLIVE TV și platformele online realitatea.md, bani.md, rupor.md, moldovalive.md și rlive.md, va continua realizarea materialelor similare și după finalizarea proiectului, folosind ocazii și resursele disponibile.

Rezultatele scontate

1. Proiect video (tip reportaj), Chișinăul Turistic, 10 episoade;
2. Minim 10 articole documentate despre cum funcționează sistemul educativ, transporturi, social, etc;
3. Minim 10 ediții ale programului "Ora de Live cu Traian" (inclusiv evenimente)
4. Minim 15 infografii

Buget

Vă rugăm să indicați bugetul propunerii DVS. de proiect indicând costurile pentru fiecare tip de material, lucrare, echipament care va fi achiziționat. Bugetul trebuie să fie realist și să se încadreze în cel mult 100 000 MDL (proiect mic), 300 000 MDL (proiect mare).

№	Denumirea Lucrări, materiale	Cost per unitate (MDL)	Nr. Unități	Tipul contribuției (mijloace financiare / materiale - servicii)	Preț total investiți (MDL) SURSA			
					Resurse oferite de:			
					Programul Buget Civil	Autorul de proiect	Partener 1	Partener 2
1.	Chișinăul Turistic Proiect video (tip reportaj), 10 ediții.	12.000	10	Mijloace financiare	100.000	20.000		
2.	Cum Funcționează 10 articole documentate	7.500	10	Mijloace financiare	60.000	15.000		
3.	Ora de Live cu Traian – de la evenimentele publice organizate de primăria mun.Chișinău	7.000	10	Mijloace financiare	60.000	10.000		
4.	Realizare infografice și diseminare	5.000	15	Mijloace financiare	60.000	15.000		
Sub-totaluri:					280.000	60.000		
					Valoarea integrală a proiectului: 340.000			

Datele de contact ale reprezentanților grupului de inițiativă

	Vârsta / experiența relevantă al aplicantului	Telefon de contact	Adresa de e- mail	Alte experiențe de participare în cadrul proiectelor relevante
Liderul grupului	Cristina MOSNEAGA- BARBARUC	079978382	cristina.mosneag a@realitatea.md	1. Promovarea Platformei și a Hărții Interactive privind antreprenoriatul social – 2021

				2. Promovarea activităților Agenției de eficiență energetică privind eficiența energetică
Persoana alternativă 1	Sergiu Scobioala	068302026	Sergiu.scobioala@realitatea.md	1. Just Vlog- proiect de promovare a antreprenoriatului 2. #StudioCreativ Seminar de activism civic și educație mediatică
Persoana alternativă 2				

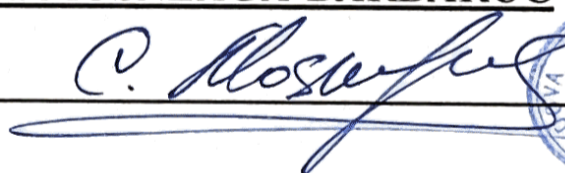
Parteneri

No	Parteneri								
	Enumerați partenerii (sau entitățile pe care le reprezintă) care vor contribui financiar sau prin implicare în cadrul Programului Buget Civil, în cazul în care aceștia există.								
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Partener/entitate</th> <th>Rolul partenerului în proiect Descriere detaliată</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3.</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Partener/entitate	Rolul partenerului în proiect Descriere detaliată	1.		2.		3.	
Partener/entitate	Rolul partenerului în proiect Descriere detaliată								
1.									
2.									
3.									

DATA DEPUNERII FORMULARULUI 20 FEBRUARIE

NUME, PRENUME APLICANT Cristina MOSNEAGA-BARBARUC

SEMNĂTURA APLICANTULUI




Vă rugăm să bifați că sunteți de acord cu prelucrarea datelor cu caracter personal:

Sunt de acord cu prelucrarea datelor cu caracter personal, conform Legii nr. 133 din 08.07.2011 privind protecția datelor cu caracter personal.



Vă rugăm să includeți în dosarul de aplicare următoarele documente:

- Formularul de cerere a proiectului pentru Programul Buget Civil, Ediția 2023
- Lista de semnături
- Cerere prin care autorul de proiect confirmă contribuția proprie, co-finanțarea.
- Alte materiale aferente, dacă ele există: schiță de proiect, documentație tehnică ș.a.

