

## NOTĂ INFORMATIVĂ

### la proiectul Deciziei cu privire la aprobarea Regulamentului privind procedura și condițiile de organizare și desfășurare a licitației pentru selectarea companiei care va efectua măsurarea cotelor de audiență

#### Condițiile ce au impus elaborarea proiectului și finalitățile urmărite

Prezentul proiect a fost elaborat întru executarea prevederilor 66<sup>1</sup> din Codul audiovizualului.

Necesitatea elaborării proiectului rezultă din modificarea și completarea Codului audiovizualului al Republicii Moldova nr. 260/2006 prin Legea nr. 50 din 30 martie 2017, care a fost publicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova din 14 aprilie 2017 (Nr. 119-126 art. 193).

Conform art. 66<sup>1</sup> din Codul audiovizualului, Consiliul Coordonator al Audiovizualului trebuie să elaboreze un regulament care va stabili procedura și condițiile de selectare, cel puțin o dată la 5 ani, a unei companii care va efectua măsurarea cotelor de audiență în baza unei licitații transparente.

Proiectul urmărește atingerea următoarelor obiective:

- asigurarea transparenței și accesului potențialilor ofertanți la informația cu privire la licitație;
- asigurarea obiectivității licitației;
- evitarea fraudelor în procesul de selectare a companiei.

#### Principalele prevederi ale proiectului

Proiectul reglementează detaliat modul de organizare și desfășurare a licitației cu privire la selectarea companiei care va efectua măsurarea cotelor de audiență TV, în special modul de creare și funcționare a Adunării Generale pentru Măsurarea Cotelor de Audiență, care este alcătuită din radiodifuzori, agenții de publicitate, case de vânzări și clienți de publicitate și a comisiei de licitație alcătuită din 15 membri cu drept de vot, dintre care: 5 reprezentanți din partea a 5 radiodifuzori care au realizat cele mai mari venituri din publicitate TV în anul 2018, cu excepția veniturilor din publicitatea electorală, 5 reprezentanți din partea a 5 agenții de publicitate care au realizat cele mai mari venituri din publicitate TV în anul 2018, 5 reprezentanți: din partea a 3 clienți de publicitate locali care au alocat cel mai mare buget pentru publicitate TV în anul 2018 și din partea a 2 case de vânzări care au realizat cele mai mari venituri din publicitate TV în anul 2018 și 2 membri CCA fără drept de vot, în calitate de observatori.

De asemenea, proiectul reglementează cerințele minime obligatorii de calificare pentru ofertanți, lista documentelor ce trebuie prezentate de către aceștia, precum și o serie de formulare în vederea evitării divergențelor de ordin interpretativ.

În vederea asigurării transparenței și accesului candidaților la informația cu privire la licitație, în proiect este reglementată expres modalitatea de informare a candidaților și termenele în care sunt anunțate rezultatele licitației.

În scopul evitării fraudelor, proiectul stabilește criteriul de atribuire.

#### Fundamentarea economico-financiară

Implementarea acestui proiect nu necesită alocarea resurselor financiare de la

bugetul de stat. Beneficiarul direct este Adunarea Generală pentru Măsurarea Cotelor de Audiență, a cărei membri vor aloca resursele financiare necesare.

#### Impactul proiectului

Drept urmare a adoptării prezentului proiect, se va crea cadrul normativ necesar bunei funcționări a pieței de măsurare a cotelor de audiență. Totodată, merită să fie menționat faptul că proiectul prevede opțiunea de autoreglementare a pieței, la decizia acesteia.

#### Avizarea și consultarea publică a proiectului

În scopul respectării prevederilor Legii nr. 239 din 13 noiembrie 2008 privind transparența în procesul decizional, proiectul a fost plasat pe pagina web oficială a Consiliului Coordonator al Audiovizualului, [www.cca.md](http://www.cca.md) la directoriul **Transparența decizională**, secțiunea **Consultații publice**. Proiectul a fost remis spre avizare reprezentanților societății civile, radiodifuzorilor, agențiilor de publicitate, caselor de vânzări și autorităților publice. Totodată, proiectul a fost supus dezbaterilor publice în cadrul a 4 runde de ședințe publice cu toți actorii interesați (radiodifuzori, societatea civilă, agențiile de publicitate, casele de vânzări și clienții de publicitate).