

1. ПРЕДМЕТ НА ТЕХНИЧЕСКАТА СПЕЦИФИКАЦИЯ

Предмет на настоящата техническа спецификация е **„Избор на агенция за медийно обслужване по време на ротационното председателство на Съвета на ЕС в периода 1 януари – 30 юли 2018 г. чрез печатни, интернет и социални медии”**.

С изпълнението на заданието по настоящата техническа спецификация се цели в максимална степен да бъде осигурена прозрачност и информиране на обществеността у нас преди и по време на българското ротационно председателство на Съвета на Европейския съюз (ЕС) от 1 януари 2018 г. до 30 юли 2018 г. С оглед на това Министерството на българското председателство на Съвета на ЕС предвижда чрез избор на агенция за медийно обслужване, която да изпълнява функцията на посредник, да бъде осигурена възможност за работа с широк кръг от национални, регионални, печатни и интернет медии.

Във връзка с гореизложеното и предвид необходимостта от по-широко популяризиране на председателството, тази дейност предвижда регулярно да бъде подавана актуална и полезна информация от страна на Министерството за българското председателство на Съвета за ЕС чрез агенцията към различни печатни и интернет медии, която да представлява интерес за широката общественост, като паралелно с това да бъдат представяни и конкретни резултати и напредъкът по европейските и национални приоритети, постигнати по време на българското председателство.

Ефективната комуникация е важна предпоставка за успех на председателството. Комуникационните дейности трябва да отразяват амбицията на България да проведе председателството с възможно най-голяма гъвкавост, като поставя и търси решения на въпросите с особена политическа чувствителност за държавите-членки, но същевременно ясно отстоява политиките, които дават истинската добавена стойност на ЕС.

Настоящата обществена поръчка допринася за изпълнението на целите на комуникацията на Българското председателство:

1. Да повиши равнището на информираност на българските граждани за същността на ротационното председателство, приоритетите, постигнатите резултати и приноса на страната ни в развитието на ЕС,

2. Да популяризира приоритетите на триото Естония-България-Австрия и акцентите в националната програма на Българското председателство, достигайки до максимален брой граждани,
3. Да покаже какво уникално дава страната ни на Съюза и да допринесе за утвърждаване на имиджа на България като равностоен член и надежден партньор в ЕС,
4. Да подкрепи утвърждаването на ЕС в глобалния диалог, като акцентира върху ценностите на Съюза, културното многообразие, толерантност и свобода.

Целеви групи:

- Широка общественост — населението на страната, с акцент върху младите хора (16-29 г.), хората в трудоспособна възраст във всички региони на страната;
- Специализирана аудитория - представители на институции на ЕС и на международни организации у нас, представители на бизнеса, европейски експерти в публичния и частния сектор, неправителствени организации;
- Средствата за масова информация – печатни, интернет медии и социални мрежи.

С реализираните дейности, предмет на настоящата поръчка, трябва да се повиши информираността на целевите групи за приоритетите на Българското председателство, целите, които си поставя страната, и постигнатите резултати.

Специфични цели:

- Осигуряване на информация за широката общественост за осъществените срещи и постигнатите резултати по време на българското председателство;
- Привличане на обществен интерес, разясняване на ползите от постигнатия напредък или конкретни резултати от заседанията на Съвета на ЕС;
- Предоставяне на подробна информация по темите, които ще бъдат обсъждани в България и Брюксел;
- Създаване на условия за обективно и компетентно отразяване на срещите по време на българското председателство в медийното пространство;
- Развитие и утвърждаване на положителния имидж на българското ротационно председателство на Съвета на ЕС.

Участникът в настоящата обществена поръчка изготвя съкратен проект на медиен план, който трябва да е ориентиран към широко разясняване на значението, разнообразието и възможностите на Българското председателство и отправяне на ясни послания към всички целевите групи.

За целите на подготовката на проект на медиен план за целите на настоящата обществена поръчка, възложителят идентифицира следните рискове:

- възникване на извънредни, значими събития, които ангажират средносрочно общественото внимание и водят до наситено медийно отразяване.
- сгрупване на множество информационни и/или рекламни кампании в един и същи период от време, съвпадащ частично с периода на изпълнение на настоящата поръчка.
- некоректно изпълнение от страна на медии на постигнатите договорености от изпълнителя на настоящата поръчка.

Проектът на медийният план представя вижданията на участника за изпълнението на предмета на поръчката, като съдържа най-малко следното:

- избраните медии и аргументация защо са избрани,
- разпределение на дейностите във времето,
- подход при изпълнение на поръчката и организация на работа,
- допълнителни дейности/услуги, които допринасят за повишаване на ефективността на кампанията,
- мерки за предотвратяване на настъпването на последиците за всеки един от идентифицираните рискове,

Групи* медии, които трябва да бъдат обхванати при медия планирането включват национални печатни всекидневници, регионални печатни издания, седмичници и списания, интернет медии, социални мрежи, както следва:

Национални печатни всекидневници: напр.: в. 24 часа, в. Труд, в. Стандарт, в. Телеграф, в. Монитор, в. Сега, в. Дума, в. Земя, в. Капитал дейли

Извадка от регионални печатни издания, която да покрива всички 28 области:

напр.: в.Родопи Вест – Смолян, в.Нов живот – Кърджали, в.100 Вести, в.Национална бизнес поща, в.Твоят ден, Благоевград, Кюстендил, в.Нова Добруджанска трибуна, в.Видин, в.Добруджанска трибуна, в.Запад Юг, в.Струма, в.Враца Днес, в.Шуменска

заря, в.Още плам, в.Съперник, в.Вяра, в.Топ новини – Шумен, в.Наблюдател – Кюстендил, в.Търговишки новини, в.Знаме – Търговище, в.Посоки, в.Оборище, в.Утро, в.Искра, в.Десант, в.Време – Панагюрище, в.Фактор, в.Ловеч прес, в.Янтра днес, в.Екип 7 – Разград, в.Шанс нюз, в.Монт прес, в.Компас, в.Твоят ден (Пловдив, Пазарджик, Смолян),

в.Сливенско дело, в.Ние, в.Конкурент, в.Твоят ден (Бургас, Ямбол, Сливен), в.Слово Плюс, в.Акцент, в.Твоят Ден (Благоевград, Кюстендил, Перник), в.Твоят ден (Варна, Добрич), в.BG Север, в.Отзвук, в.Твоят ден (Стара Загора, Хасково, Кърджали), в.Зетра, в.Черно море, в.Твоят ден, Шумен, Разград, Търговище, в.Марица, в.Старозагорски новини, в.Твоят ден, Враца, Монтана, Видин, в.Марица – Пазарджик, в.Бряг, в.Твоят ден, Плевен, Ловеч, в.Марица – Хасково, в.Борба, в.Твоят ден, Велико Търново, Габрово, в.Бургас днес и утре, в.Народно дело и др.

Седмичници и списания: напр.: в. Капитал, в.„Банкер“, в. „168 часа“, в.„Галерия“, сп. Клуб Зет, сп. Икономист, сп. Мениджър, сп. България он еър, сп. L' Еурогео и др.

Интернет медии: напр.: Фокус, Медиапул, Дневник, Блиц, Пик, Новини.бг, Дир.бг, Бгнес, Инвестор, 24 часа, Труд, Вести, БТВ онлайн, Нова он лайн, Епицентър и др.

Социални мрежи: напр.: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, електронни пощи

Предвид интензивното развитие на медийния пазар, при необходимост, предложеният от Изпълнителя списък може да бъде актуализиран и/или допълван и/или съкращаван по предложение на изпълнителя или възложителя, като и в двата случая се изисква аргументирано писмено предложение до другата страна.

*„групите медии“ са определени на основата на няколко критерия – 1/видове медии: печатни, интернет, социални медии; 2/периодичност на издаване – всекидневници, седмичници, месечни списания; 3/териториален обхват – национални и регионални.

Изпълнителят на настоящата обществена поръчка ще има за задача, както следва:

- Да извърши медия планиране по отношение на национални и регионални печатни и интернет медии, и социални мрежи;
- Да подготви, организира и разпространи публикации и интернет банери и клипове, предоставени от Възложителя в национални и регионални печатни, интернет медии, и социални мрежи на база направеното медия планиране;

- Да предоставя контент анализи (анализи на съдържанието) на публикациите за всеки месец, който подлежи на анализ.

Медия планиране по отношение на национални и регионални печатни и интернет медии, и социални мрежи.

Изпълнителят следва да разработи медия планиране и подход за извършване на публикациите, интернет банерите и клиповете, които да се реализират чрез национални и регионални печатни вестници и списания, интернет медии и социални мрежи като част от комуникационните дейности на Българското председателство.

Изпълнителят на настоящата обществена поръчка следва да изпълни следните конкретни дейности, с цел медия планиране по отношение на печатните, интернет медиите и социалните мрежи:

- Да разработи примерен график (въз основа на предложения проект на медия план) за изпълнение на дейностите, който Възложителят съгласува, преди да започне изпълнението на дейностите от избрания Изпълнител;
- Да посочи примерен подход за реализиране на публикациите;
- Да изготви анализ на нивото на осведоменост и нуждата от информация на целевите групи/аудитории на територията на страната, към които са насочени комуникационните дейности.
- Определяне и фиксиране на целите, съгласно резултатите от направените анализи;
- Адаптиране на основните послания на председателството за различните целеви аудитории, съгласно резултатите от направените анализи;
- Определяне на приоритетните национални и регионални печатни и интернет медии, и социални мрежи съгласно резултатите от направените анализи;
- Определяне оптималните стойности на показателите за ефективност;
- Планиране на етапите на информационната кампания във времето;
- Разпределение на бюджета по медии, които са определени като приоритетни за постигане на целите.

- Предложение за система за оценка на ефективността на кампанията, включително количествени и качествени индикатори.

Подготовка, организиране и разпространение на публикации под формата на специални рубрики в печатните медии, рубрики, банери и клипове в интернет медии и социални мрежи на база направеното медия планиране

Специалните рубрики и информационни публикации, предвидени в тази дейност от настоящата обществена поръчка, ще се подготвят и реализират на следните стъпки:

- Информацията за темата за публикацията или съответно събеседник за интервю се подава от Възложителя;
- Експертната публикация, статията или интервюто се подготвят от изпълнителя или представител на съответната медия, в която е предвидено да бъде направена публикацията;
- Подготвеният материал се изпраща за съгласуване по електронен път на Възложителя;
- Материалът се публикува след окончателно одобрение от страна на Възложителя. В зависимост от графичното оформление на страницата, публикацията може да бъде цветна или черно-бяла, когато се отнася за печатни медии.
- Изпълнителят ще има задължение, в срок до 48 часа след подаване на заявка (писмено, устно, по ел. поща или факс) от страна на Възложителя, да подготви и публикува материала в конкретна медия.
- Одобрените материали за печатните медии следва да бъдат публикувани на 1-ва, 2-ра, 3-та, 5-та или вътрешни страници на изданието, в зависимост от обема. В случай, че обемът на материала е по-голям от една страница, разположението на публикацията следва да бъде съгласувано с Възложителя. **Публикуваните материали, следва да бъдат с отправка от първа страница.**
- Одобрените материали за интернет медиите следва да бъдат публикувани на началната страница (home page).
- Информационни материали са текстове, които съдържат и представят становището и позицията на Възложителя по теми, свързани с Българското

председателство. Материалите за публикуване могат да бъдат на черно-бели и/или на цветни страници.

При подготовката на материалите за публикуване, всички факти, данни и становища в текста са съгласувани от Възложителя преди публикуването им. Размерът на публикациите в националните медии не трябва да е по-малък от 1/4 от големината на страницата. Когато текстът е придружаван със снимка, визуализирането не трябва да надвишава 50% от общия размер на публикацията.

Подготовката за публикуване на материалите и тяхното публикуване се предхожда от изработването на план за реализация, предложен от Изпълнителя.

За изпълнението на предмета на поръчката Изпълнителят е длъжен да осигури най-големия възможен брой публикации: експертни публикации, интервюта и ПР - статии за Българското председателство.

Примерен подход за извършване на публикациите

Подходът за извършване на публикациите и форматът на публикациите трябва да бъдат съобразени изцяло със специфичните нужди на Възложителя.

Минимални изисквания при използване на различните медийни канали:

- Национални печатни всекидневници – Публикациите трябва да са с размер не по-малък от 1/4 от големината на страницата.
- Регионални печатни издания: Публикациите трябва да са с размер не по-малък от 1/2 от големината на страницата.
- Седмичници и списания: Публикациите трябва да са с размер не по-малък от 1/2 от големината на страницата.
- Интернет издания: Публикациите, банерите и клиповете трябва да бъдат на началната страница (home page) на електронната медия при минимум 10% ротация и при минимум 0,10% click trough rate (честота на кликване).

Продукти.

- Публикации/интервюта в националните и регионални печатни медии, интернет медиите и социалните мрежи, представящи основните послания на приоритетите на българското председателство;

- Разяснителни публикации в националните и регионални медии, интернет медиите и социалните мрежи с цел популяризиране на допълни акценти и послания за работата на Българското председателство.
- Експертни публикации в печатните и интернет медии за подготовката, целите, работата по програмата и резултатите от Българското председателство.

Анализи на публикациите

Изпълнителят на услугата, предмет на настоящата обществена поръчка, ще има за задача всеки месец да прави анализ на съдържанието (контент анализ) на направените публикации, както и анализ на въздействието им върху целевите аудитории, а именно:

- Осигуряване на анализ на съдържанието в графичен формат и под формата на аналитичен доклад на тримесечна база, през целия период на договора. Анализът на съдържанието трябва да обхваща броя, текстовете, графичното оформление, големината и позиционирането на печатните материали;
- Анализ на въздействието на публикуваните печатни материали върху целевите аудитории в графичен формат и под формата на аналитичен доклад на месечна база, през целия период на договора. Всеки един месечен анализ за въздействието върху целевите групи (аналитичен и графичен) следва да показва резултатите от кампанията спрямо предходните периоди. По отношение на първия месечен анализ за въздействието върху целевите групи, съпоставката следва да бъде направена спрямо базовата стойност, получена от направения в рамките на медия планирането „Анализ на нивото на осведоменост и нуждата от информация на целевите групи/аудитории“.

Честота, начин и форма на предоставяне на анализите

Анализът на съдържанието и анализът на въздействието на публикуваните печатни материали върху целевите аудитории се разработват и предоставят в срок от 5 (пет) работни дни от приключването на месеца, който подлежи на анализ, както следва:

- **Графичен формат на анализа на съдържанието и анализа на въздействието на публикуваните печатни материали върху целевите аудитории** се разработват и предоставят в електронен вид в MS Excel формат, в рамките на 5 (пет) работни дни от изтичането на месеца, подлежащ на обработка. Файлът с

резултатите следва да бъде организиран в минимум четири таблици (sheet) със следното съдържание:

- **пълна база данни** – това са всички данни от изтеклия месец, който подлежи на включване в анализите. В тази таблица всеки материал следва да бъде описан на отделен ред. Информацията може да се филтрира по различни признаци, така че да има възможност за директно сравнение (например, по автор на статията, по име на печатната медия и т.н.);
 - **показатели в обобщен вид** - тази част от файла трябва да съдържа всички показатели в обобщен вид, разпределени по дни, седмици и сумарно. За да могат тези данни да бъдат използвани за допълнителни изчисления, те трябва да са в абсолютни стойности, а не в проценти;
 - **графично представяне** - показателите (там, където данните позволяват) трябва да са представени графично.
 - **схема за анализ** – за удобство на Възложителя трябва да бъдат представени и използваните схеми за анализите, за да може всеки потребител да направи бърза справка по какъв начин се регистрира всеки показател и какви скали са използвани.
- **Аналитичните анализи на съдържанието и на въздействието на публикуваните печатни материали върху целевите аудитории се разработват и представят, в рамките на 5 (пет) работни дни от изтичането на месеца, под формата на доклад с приложения, изводи и препоръки в MS Word формат, на хартиен и електронен носител. Документът трябва да има минимум следната форма и съдържание:**

Раздел 1. Общо описание на изданията, които са използвани – разделът касае медиите, в които са поместени материалите и най-общите им характеристики. Регистрират се елементите: имената на медиите, тип медии, честота на издаване, обхват, дата на издаване, ден от седмицата.

Раздел 2. Характеристики на публикациите през изтеклия месец – отнася се до конкретните публикувани материали и особеностите им. Регистрират се елементите: номер на страница/и, наличие на пренос от първа страница; автори на съответните материали; жанр; източници на информацията.

Раздел 3. Анализ на съдържанието на публикациите - обхваща съдържателните аспекти на материалите от изтеклото тримесечие. Регистрират се елементи: брой на информационните акценти общо във всички публикации през анализирания период; обща насоченост; водещ информационен акцент през периода; акценти в материалите, внушение;

Раздел 4. Анализ на отношението и въздействието - касае отношението на медиите (или конкретните автори) към дискутираните теми. Регистрира се: общо отношение на медиите, което включва отношение към Българското председателство, към конкретни приоритети, както и отношение в останалата част; тон на заглавието.

Раздел 5. Характеристика на снимковия материал - обхваща снимковия материал. Регистрират се елементите: наличие на снимки; вид снимки – цветни или черно-бели; актуалност на снимките; модификация; въздействие на снимките.

Раздел 6 - Потенциален брой публика, достигнала до материалите, след публикациите, както и общия тираж на използваните в периода печатни медии.

Раздел 7 – Приложения – По един екземпляр от съответните издания, в които са публикувани печатните материали, както и по две копия на всяка една конкретна публикация. Приложенията, следва да бъдат сканирани и предоставени и на електронен носител.