



РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

Министерство за Българското председателство на
Съвета на Европейския съюз 2018

ГЛАВЕН СЕКРЕТАР

Изм. № 03-1622/15.09.2017г.

ДО
ВСИЧКИ УЧАСТНИЦИ В ОТКРИТА
ПРОЦЕДУРА ЗА ВЪЗЛАГАНЕ НА
ОБЩЕСТВЕНА ПОРЪЧКА С ПРЕДМЕТ:
„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”

Относно: Искане за разяснения по документацията, постъпили на 11.09.2017г.

УВАЖАЕМИ ДАМИ И ГОСПОДА,

В Министерството за Българското председателство на Съвета на Европейския съюз 2018 е постъпило искане от участник за разяснения по документацията за участие в горепосочената поръчка.

На основание чл. 33, ал.2 от Закона за обществени поръчки даваме следните разяснения:

Въпрос № 1: Стр. 1: В предмета на техническата спецификация се цели: ”да бъде осигурена прозрачност и информиране на обществеността у нас преди и по време на българското председателство”.

Кога трябва да започне и да свърши кампанията?

Отговор № 1: Участникът в настоящата обществена поръчка изготвя 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 целеви групи. От участника зависи какво да съдържа медийният план, колко обхванат и с каква продължителност да е той.

Въпрос № 2: Стр. 4: „Изпълнителят има за задача да подготви, организира и разпространи публикации, интернет банери и клипове, предоставени от Възложителя”.
Какво имате предвид в подготовка при условие, че банерите и клиповете ще бъдат предоставени от Възложителя?

Отговор № 2: При подготовката на публикациите Възложителят подава на изпълнителя темата за тях. Изпълнителят трябва да разработи и реализира материала с подходящо оформление, след което е задължен да го изпрати за одобрение от Възложителя. А банерът, насочващ към съответната публикация, трябва по атрактивен начин да привлича вниманието на аудиторията. Същият подход важи и при подготовката на другите материали. Подготовката на публикациите, банерите и клиповете означава изпълнителят да планира публикуването им в съответните медии в синхрон с цялостната комуникационна кампания и според календара на събитията. Изработването на банерите и клиповете за нуждите на възложителя са били предмет на друга обществена поръчка.

Въпрос № 3: Стр. 5: „Изпълнителят да разработи примерен график (въз основа на предложения проект на медия план)”.

Какъв е календарът на събитията на българското председателство? Необходимо е да го предоставите, за да се реализира предварителното медийно планиране и графика на дейностите и етапите на информационната кампания съгласно изискванията на обществената поръчка. Също е необходимо да предоставите информация за видовете творчески продукти, които ще се използват, със съответните подробности за формати, брой, цветност, размери, времетраене.

Отговор № 3: На 2 август 2017 г. Министерският съвет на Република България одобри календара на събитията на Българското председателство на Съвета на ЕС 2018 като проектът бе изготвен според заявените събития към 31 юли 2017 г., а актуализацията му продължава. Календарът е публичен и достъпен за всеки заинтересован и е публикуван на интернет страницата на Министерството за Българското председателство на Съвета на ЕС 2018 - <http://www.eu2018bg.bg/bg/view/podgotovka-na-bulgarskoto-predsdatelstvo/kalendar>. Този линк е посочен и в утвърдената методика за оценка,

неразделна част от документацията за обществената поръчка. Както бе посочено в отговор № 2, изработването на банерите и клиповете за нуждите на възложителя са били предмет на друга обществена поръчка.

Въпрос № 4: Стр. 5. „Да изготви анализ на нивото на осведоменост и нуждата от информация на целевите групи/аудитории на страната, към които са насочени комуникационните дейности. **Да разбираме ли, че имате предвид равнището на информираност на българските граждани и другите целеви групи за същността на ротационното председателство, приоритетите, постигнатите резултати? В такъв случай трябва ли да се проведе преди започване на кампанията социологическо проучване (а такава дейност не е предвидена в поръчката) или Възложителят разполага с данни, които ще предостави за анализ и заключения от Изпълнителя?**

Отговор № 4: Както е посочено в техническата спецификация: задължение на изпълнителят е 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 направени анализи“. Ясно изброените отговорности трябва да се реализират от изпълнителя, за да може информационните кампании да достигнат своите предварително определени цели.

Въпрос № 5: Стр. 5: „Адаптиране на основните послания за различните целеви групи“. **Кой има задължението да определи основните послания на председателството за различните целеви групи? Кой ще ги включи в оформлението на съответните печатни и онлайн публикации и видеа? Художественото оформление на рекламните и информационни продукти не са предмет на поръчката.**

Отговор № 5: На 12 юли 2017 г. Министерският съвет на Република България одобри проект на Програма на Република България за Председателството на Съвета на Европейския съюз в началото на 2018 г. Документът определя политическата рамка и дефинира основните послания и конкретни теми, по които нашата страна ще работи през първата половина на следващата година. Водещ принцип на работа по време на

Българското председателство ще бъде запазването на единството и солидарността между държавите-членки. Като страна-председател, чрез проекта на програма, България отправя три основни послания:

- Консенсус - с фокус сигурността, превенцията на радикализация, миграцията, правосъдието, бъдещето на Западните Балкани и устойчив интегриран подход за Дунавския и Черноморски регион;
- Конкурентоспособност - с фокус единен пазар, подкрепа на предприемачеството, малките и средни предприятия и стартиращите фирми, постигане на икономически растеж и създаване на работни места, задълбочаване на икономическия и паричен съюз, устойчива околна среда, ефективен енергиен съюз;
- Кохезия - с фокус новата Многогодишна финансова рамка, инвестиции в растеж и заетост, бъдещето на кохезионната политика след 2020 г. и европейските структурни и инвестиционни фондове, опростяване и модернизирание на общата селскостопанска политика и културно наследство.

Информацията може да бъде открита и на страницата на МБПСЕС 2018 - <http://eu2018bg.bg/bg/view/podgotovka-na-bulgarskoto-predsdatelstvo/prioriteti%20/proekt-na-programa-na-republika-balgariya-za-predsdatelstvoto-na-saveta-na-evropeyskiya-sayuz-1-yanuari-30-yuni-2018-g>

Адаптирането на основните послания за различните целеви групи е задължение на изпълнителя при изготвяне на медия планирането и подхода при извършване на публикациите, интернет банерите и клиповете, които ще бъдат реализирани чрез национални и регионални печатни вестници и списания, интернет медии и социални мрежи като част от комуникационните дейности на Българското председателство

Въпрос № 6: Стр. 6: „Експертната публикация, статията или интервюто се подготвят от Изпълнителя или представител на съответната медия”.

Ще бъдат ли брандирани, ще имат ли логото на българското председателство, кой ще осигурява снимките, ще имат ли линк към сайта на Министерството? Освен това в повечето медии този тип публикации спадат към категорията „Платена публикация” и носят този надпис. Това приемливо ли е за Възложителя?

Отговор № 6:

На стр. 6 от техническата спецификация детайлно е описана „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 базата на направеното

медия планиране“. Още допълнителна информация е осигурена чрез заложените „Примерен подход за извършването на публикацииите“ (на стр. 7 от техническата спецификация) и в „Минимални изисквания при използването на различни медийни канали“. Задължение на изпълнителя е да разработи медия планиране и подход за извършване на публикацииите, интернет банерите и клиповете, при спазване на минималните изисквания при използването на различни медийни канали и изискванията на възложителя за 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 базата на направеното медия планиране.

Въпрос № 7: Стр. 7: ”Минимални изисквания при използването на различните медийни канали. 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 CTR (честота на кликване)”.

„Какво количество импресии трябва да се планира за различните целеви групи, които са база за сравняемост на медийното планиране на участниците и които са ценообразуващи и основа за изчисление на CTR. При правилно планиране и таргетиране количеството импресии могат да бъдат постигнати, докато CTR самостоятелно не може да бъде критерий за успешна кампания”.

Отговор № 7: Изискванията за извършването на публикации в интернет изданията ясно, точно и конкретно са посочени на стр. 7 от техническата спецификация. Според тях „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).“

Въпрос № 8: Стр. 8: „Изпълнителят ще има задача всеки месец да прави анализ на съдържанието (контент анализ) на направените публикации, както и анализ на въздействието им върху целевите аудитории”.

Трябва ли да се организира всеки месец проучване (каквато задача не фигурира в поръчката) на въздействието върху целевите аудитории, за да може да се направи анализ и каква методика трябва да се приложи?

Отговор № 8: За да е възможно онагледяване, извеждане на изводи, съответно предприемане на адекватни действия по време на медийното отразяване на първото за

Вопрос № 9: Стр. 10: „Раздел 7-Приложения”.

Отговор № 9:

[illegible]