



РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

Министерство за Българското председателство на
Съвета на Европейския съюз 2018

ГЛАВЕН СЕКРЕТАР

Изх. № 03-1677#1/25.09.2017г.

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 20.09.2017г.

УВАЖАЕМИ ДАМИ И ГОСПОДА,

В Министерството за Българското председателство на Съвета на Европейския съюз 2018 е постъпило искане от участник за допълнителни разяснения по дадените на основание чл. 33, ал.2 от Закона за обществени поръчки отговори с изх. № 03-1622/15.09.2017г. и документацията за участие в горепосочената поръчка, а именно:

„... преписването на частите от техническото задание, породили нашите въпроси, не могат да заменят отсъствието на необходимите конкретни данни, срокове, показатели, критерии, указания и друг реквизит, необходими на специалистите в областта на интегрираните комуникационни кампании да изпълнят качествено поръчаните от Възложителя дейности.

Липсата на ясни и конкретни критерии и задължителни показатели от професионалната практика създава условия за субективизъм в оценките, не позволява

сравняване по конкретни показатели участващите проекти и в последствие се отразява негативно на резултатите.

Ще коментираме само някои от Вашите „отговори“:

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 обхванен и с каква продължителност да е той“.

Въпросът изисква конкретен отговор (дата), за да бъде изпълнено изискването за информиране на обществеността у нас преди Българското председателство.

Събития и дейности в календара има и сега, програмата е много богата, но изборът на най-съществените от тях и моментът на отразяването им не може да зависи от частна фирма, тъй като те са с ранг на Българското правителство и Съвета на ЕС.

Медийният план трябва да бъде съобразен с горните уточнения, отговорност на Възложителя.

Въпрос №3, Стр. 5):

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:

„Както бе посочено в отговор №2, изработването на банерите и клиповете за нуждите на възложителя са били предмет на друга обществена поръчка“.

Въпросът изисква конкретен отговор – формати, брой и т.н., защото задължителният реквизит на медийния план го изисква.

Подходът Ви към останалите отговори е също без конкретика.“

На основание чл. 33, ал.2 от Закона за обществени поръчки даваме следните допълнителни уточнения към разяснения с изх. № 03-1622/15.09.2017г.:

Въпрос № 1: „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:

В техническата спецификация е записано, че обществеността трябва да бъде информирана **преди и по време на Българското председателство**.

Съгласно чл. 3 от проекта на договор - неразделна част от документацията за участие, „Договорът влиза в сила от датата на подписване и се сключва със срок до 30.07.2018 г. вкл.“

Съгласно чл. 12, ал. 2 от проекта на договор - неразделна част от документацията за участие, изпълнителят се задължава „да извърши медия планиране по отношение на национални и регионални печатни и интернет медии, и социални мрежи в срок от 10 дни от сключването на настоящия договор съобразно изискванията на техническата спецификация“.

Всичко гореизложено означава, че кампанията следва да започне след сключване на договора и след изтичане на 10 дневния срок за представяне на медия план.

Доколкото датата на договора не е известна към настоящия момент и не може да бъде точно прогнозирана, то не може да бъде определена и точната дата на която следва да започне кампанията.

Относно края на кампанията, същата трябва да завърши не по-рано от края на Председателството, което свършва на 30 юни 2018 г.

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: Когато става дума за публикуване на съдържание в печатни медии, сайтове и социални медии изпълнителят трябва да подготви това съдържание, което включва и организиране и провеждане на интервюта, набиране на информация, писане на текстовете и всички останали елементи от процеса на подготовка на журналистическа публикация. Що се отнася до рекламните банери и клипове, изпълнителят е длъжен да

организира тяхното публикуване според плана, който самият той е предложил и възложителят е одобрил.

Въпрос № 3: Стр. 5: „Изпълнителят да разработи примерен график (въз основа на предложението 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: Документацията за проведената обществена поръчка за изработването на банерите и клиповете е публична и може да бъде видяна и свалена от Профила на купувача на министерството на адрес: <https://sop.bg/eu2018bg-837/proceduri-20-2-zop/a2-0002630.html> . В нея са описани както броя, тематичната насоченост и времетраенето на клиповете за интернет медиите, така и форматите на интернет банерите.

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: Изпълнителят трябва да заложи цели, които ще постигне с кампанията, което няма как да се случи, ако не измери нивото на осведоменост поне в началото на кампанията и в нейния край. Професионалният подход изисква да има разработена система за мониторинг на кампанията, т.е. да се следи промяната в информираността на отделни етапи от провеждането ѝ.

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:

По отношение на художественото оформление на рекламните материали за интернет, изпълнителят няма никакво отношение, тъй като ги получава готови от възложителя. Що се отнася до информационните материали /публикации в печатни и онлайн медии/ там художествено оформление няма, тъй като не съществува медия, която да промени специално графичния си дизайн по желание на един клиент.

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:

Специалните рубрики ще бъдат брандирани с логото. Обозначаването с „платена публикация“ не е приемливо за възложителя, тъй като има и други законни и общоприети практики, чрез които аудиторията се уведомява, че медията работи съвместно с Министерството за Българското председателство на Съвета на Европейския съюз 2018.

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: Количеството импресии за различните целеви групи зависи от това каква тежест на интернет банерите и клиповете в цялостната кампания е заложил изпълнителят.

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 (каквата 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: Няма допълнителни разяснения към писмо изх. № 03-1622/15.09.2017г.

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

Какви са изискванията на Възложителя за оправдателните екземпляри от дигиталните публикации?

Отговор № 9:

В допълнение към отговор № 9 от разяснения с изх. № 03-1622/15.09.2017г. следва да бъдат представени и Сертификати от съответните медии за брой излъчвания, както и задължително измерване с онлайн пийпълметрична система.

ГЛАВЕН СЕКРЕТАР:

СИЙЯ НИКОЛАЕВА

