



BULGARIAN-SWISS COOPERATION PROGRAMME
БЪЛГАРО-ШВЕЙЦАРСКА ПРОГРАМА ЗА СЪТРУДНИЧЕСТВО

Изх. №13.2061.37.03 2017 г.

ДО ВСИЧКИ ЗАИНТЕРЕСОВАНИ ЛИЦА

Относно: Открита процедура за възлагане на обществена поръчка с предмет: „Извършване на медийна/информационна (местна и национална) кампания по проект „Проучване и разработване на пилотни модели за екологосъобразно събиране и временно съхранение на опасни битови отпадъци“

РАЗЯСНЕНИЯ

Във връзка с постъпило искане за разяснения по документацията за обществената поръчка и чл. 33, ал. 2 от ЗОП Възложителят прави следните разяснения:

1. Раздел II, стр. 18, т. 4, Дейност 2: „Пряко участие на медийните експерти в поддържане комуникацията с медиите през цялото време на проекта“
Въпроси по т. 2: „Изльчване и лансиране на пакет от приоритетни послания в праймтайм в национални обществени или комерсиални радиа“

Въпрос: Какво се има предвид под „обществено национално или комерсиално радио“? Кое радио е „комерсиално“?

Отговор: В Закона за радио и телевизия е дадено следното определение за „търговско“ радио или т. нар. „комерсиално радио“: „*Доставчиците на медийни услуги, които не са лицензиирани/регистрирани като обществени, са търговски*“. Също така съгласно международно установените добри практики „комерсиални радиа“ са такива, които генерират своите оперативни бюджети от реклами и/или рекламни съобщения. По тази причина те се нуждаят от възможно най-голям обем слушатели, за да могат чрез по-високо място в рейтингите за слушаемост, да получават по-големи рекламни приходи.

За целите на настоящата обществена поръчка комерсиално или търговско радио е такова, което формира по-голямата част от своя бюджет от реклами и има възможно най-голям териториален обхват на изльчване и е насочено към различни по вид целеви групи.

Въпрос: Какъв е минималният брой радиа, които трябва да предложат от Изпълнителя в офертата?



BULGARIAN-SWISS COOPERATION PROGRAMME
БЪЛГАРО-ШВЕЙЦАРСКА ПРОГРАМА ЗА СЪТРУДНИЧЕСТВО

Отговор: Възложителят не поставя изискване за предложение на минимален брой радиа. Участниците следва да предложат такъв брой, който да позволи успешното постигане на целите на обществената поръчка.

Въпрос: На какъв принцип Възложителят избира медиите (радиото)?

Отговор: В Техническата спецификация, Раздел II. ДЕЙНОСТИ. ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ОБЩЕСТВЕНАТА ПОРЪЧКА, Дейност 1: Разработване на Програма за осъществяване на информираност на населението с включена Комуникационна и медийна стратегия и предварителна подготовка на кампанията е записано следното: „Изпълнителят трябва да предложи комуникационни канали, които по своята специфика, мащаби на разпространение, статус /обществени и частни/, обем на аудиторията си, ще съответстват на целите на проекта на Възложителя и които да разпространяват широка информация за целите и изпълнението на проекта, както и за събития и процеси в обхвата на проекта, пряко засягащи качеството на живота на населението. На база на извършения от Изпълнителя анализ Възложителят ще избере конкретните медии, които да участват в провеждането на кампанията.“ Следователно Възложителят ще избере конкретните медии на база на извършения от Изпълнителя анализ.

2. Раздел II, стр. 18, т. 4, Дейност 2: „Пряко участие на медийните експерти в поддържане комуникацията с медиите през цялото време на проекта“

Въпроси по т. 3: „Изльчване и лансиране на пакет от приоритетни послания в националните медии (телевизия) до 1 мин. в праймтайма и неограничено в останалото време Не по-малко от 5 платени репортажа“

Въпрос: Какъв е минималният брой национални телевизии, които трябва да се предложат от Изпълнителя в оферата?

Отговор: Възложителят не поставя изискване за предложение на минимален брой национални телевизии. Участниците следва да предложат такъв брой, който да позволи успешното постигане на целите на обществената поръчка.

Въпрос: На какъв принцип Възложителят избира националните телевизии?

Отговор: В Техническата спецификация, Раздел II. ДЕЙНОСТИ. ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ОБЩЕСТВЕНАТА ПОРЪЧКА, Дейност 1: Разработване на Програма за осъществяване на информираност на населението с включена Комуникационна и медийна стратегия и предварителна подготовка на кампанията е записано следното: „Изпълнителят трябва да предложи комуникационни канали, които по своята специфика, мащаби на разпространение, статус /обществени и частни/, обем на аудиторията си, ще съответстват на целите на проекта на Възложителя и които да разпространяват широка информация за целите и изпълнението на проекта,



BULGARIAN-SWISS COOPERATION PROGRAMME
БЪЛГАРо-ШВЕЙЦАРСКА ПРОГРАМА ЗА СЪТРУДНИЧЕСТВО

както и за събития и процеси в обхвата на проекта, пряко засягащи качеството на живота на населението. На база на извършения от Изпълнителя анализ Възложителят ще избере конкретните медии, които да участват в провеждането на кампанията.“ Следователно Възложителят ще избере конкретните телевизии на база на извършения от Изпълнителя анализ.

3. Раздел II, стр. 18, т. 4, Дейност 2: „Пряко участие на медийните експерти в поддържане комуникацията с медиите през цялото време на проекта“

Въпроси по т. 7: „Публикуване на платени материали в интернет/онлайн издания – общ бюджет“

Въпрос: Какво се има предвид по „кампания“?

В колко на брой онлайн издания трябва да има публикувани платени материали?

Отговор: Във втората колона на таблицата за Дейност 2 като единица мярка е записано „кампания“. Това значи, че при изготвяне на своята оферта Участникът следва да предвиди в оферираната от него цена, бюджет на кампанията, като цяло. Възложителят не поставя изискване за предложение на минимален брой онлайн издания. Участниците следва да предложат такъв брой, който да позволи успешното постигане на целите на обществената поръчка.

4. Раздел II, стр. 19-20, т. 4, Дейност 3: „Пряко участие на медийните експерти в поддържане комуникацията с медиите през цялото време на проекта (местно ниво)“

Въпроси по т. 1 „Излъчване и лансиране на пакет от приоритетни послания в местните медии (радио)“

Въпрос: Ако някоя от общините не разполага със своя местна медия, може ли тя да бъде заменена от регионална такава?.

Отговор: За целите на настоящата обществена поръчка „местна медия (радио)“ може да означава и регионална такава, която включва в своето покритие съответните целеви общини.

Въпроси по т. 2 „Излъчване и лансиране на пакет от приоритетни послания в местните медии (телевизия)“

Ако някоя от общините не разполага със своя местна медия може ли тя да бъде заменена от регионална такава?

Отговор: За целите на настоящата обществена поръчка „местна медия (телевизия)“ може да означава и регионална такава, която включва в своето покритие съответните целеви общини.



BULGARIAN-SWISS COOPERATION PROGRAMME
БЪЛГАРО-ШВЕЙЦАРСКА ПРОГРАМА ЗА СЪТРУДНИЧЕСТВО

Въпроси по т. 3 „Участие в информационни предавания, репортажи в новинарски емисии на местните радиостанции“

Въпрос: Ако някоя от общините не разполага със своя местна медия, може ли тя да бъде заменена от регионална такава?

Отговор: За целите на настоящата обществена поръчка „местна радиостанция“ може да означава и регионална такава, която включва в своето покритие съответните целеви общини.

Въпроси по т. 4 „Участие в информационни предавания, репортажи в новинарски емисии на местните телевизионни оператори“

Въпрос: Ако някоя от общините не разполага със своя местна медия, може ли тя да бъде заменена от регионална такава?

Отговор: За целите на настоящата обществена поръчка „местните телевизионни оператори“ може да означава и регионални такива, които включват в своето покритие съответните целеви общини.

С уважение,

МИХАЕЛА ГАБРАШКОВА
В.И.Д. Изпълнителен директор

