|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **Техническа спецификация (Задание)** | **Terms of Reference** |
| **ОТКРИТА ПРОЦЕДУРА ЗА ВЪЗЛАГАНЕ НА ОБЩЕСТВЕНА ПОРЪЧКА С ПРЕДМЕТ:** | **OPEN PROCEDURE FOR AWARD Of PUBLIC CONTRACT WITH SUBJECT:** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **„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“.** | **Conduct of a media / information campaign (local and national) under the project Research and development of pilot models for environmentally friendly collection and temporary storage of hazardous household waste** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **2018 г.** | **2018** |

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| І. ОБЩА ИНФОРМАЦИЯ    1. Място на изпълнение.  Република България, община Шумен, община Разград, община Съединение**, община Левски, община Созопол, както** и 17 други целеви общини – Велики Преслав, Смядово, Каспичан, Хитрино, Лозница, Самуил, Исперих, Завет, Цар Калоян, Пордим, Никопол, Белене, Марица, Калояново, Хисаря, Приморско и Царево.  2. Възложител.  Предприятие за управление на дейностите по опазване на околната среда (ПУДООС), гр. София.    3. Основание и предмет за възлагане на настоящата обществена поръчка.  Проект „Проучване и разработване на пилотни модели за екологосъобразно събиране и временно съхранение на опасни битови отпадъци“, предвижда изграждане на пилотни центрове за събиране на опасни отпадъци от бита и стартиране на дейностите по събирането им, чрез създаване на устойчива система, даваща възможност на местните власти да изпълнят задълженията си, предвидени в законодателството, за организиране на събирането и предването на опасните битови отпадъци за оползотворяване и/или безвреждане. Обхватът на дейностите заложени, като цяло в проекта включва редица дейности и задачи, които представят нагледно изграждането, оборудването и пускането в експлоатация на пет пилотни общински центрове на територията на 5 (пет) общини – Шумен, Разград, Левски, Съединение и Созопол за събиране на опасни битови отпадъци и доставка на мобилни събирателни пунктове, с които в рамките на проекта да бъде обслужвано населението на 22 български общини (5 общини центрове – Шумен, Разград, Левски, Съединение и Созопол и 17 по-малки общини – Велики Преслав, Смядово, Каспичан, Хитрино, Лозница, Самуил, Исперих, Завет, Цар Калоян, Пордим, Никопол, Белене, Марица, Калояново, Хисаря, Приморско и Царево). За повишаване ефекта от проекта са предвидени национална и местни информационни кампании, които да осигурят на населението знания за видовете опасни отпадъци и ползите от разделното им събиране и предаване.  Настоящата обществена поръчка се провежда, като част от изпълнението по проект “Проучване и разработване на пилотни модели за екологосъобразно събиране и временно съхранение на опасни отпадъци от домакинства”, финансиран от Българо - швейцарската програма за сътрудничество.  ПУДООС е Изпълнителна агенция по Българо -швейцарската програма за сътрудничество, изпълняваща се съгласно Рамково споразумение между правителството на Република България и федералния съвет на Конфедерация Швейцария, относно изпълнението на Българо-швейцарската програма за сътрудничество за намаляване на икономическите и социалните неравенства в рамките на разширения Европейски съюз.  Целта на тази обществена поръчка е осигуряване на висока информираност сред широката общественост на национално, регионално и местно ниво относно целите на проекта, както и разясняване сред местното население от петте пилотни общини за ползите и предимствата на организираното събиране на опасни отпадъци от домакинства. Потенциалните участници в процедурата трябва да предложат методология и начини на осъществяване на достатъчна информираност на населението в допълнение на изисканите дейности от Възложителя.  4. Специфични цели на поръчката  Специфичните цели на настоящата обществена поръчка са свързани с:   * Изработване на цялостна Програма за осъществяване на информационните дейности по проект “Проучване и разработване на пилотни модели за екологосъобразно събиране и временно съхранение на опасни отпадъци от домакинства”. * Осигуряване на прозрачност, ефективност, видимост и мултиплициращ ефект за резултатите от проекта. * Обезпечаване с рекламни и информационни материали провежданите публични събития, мероприятия, информационни кампании и срещи, свързани с изпълнението на проекта; * Предизвикване трайно позитивно обществено мнение и поведение към дейностите по проекта, чрез подобряване на информираността на обществеността относно тяхната важност и подобряването на качеството им на живот в следствие на реализацията им.   5. Очаквани резултати  С изпълнението на настоящата обществена поръчка се очаква да бъдат постигнати следните основни резултати:   * Повишена обща информираност за Българо - швейцарската програма за сътрудничество. * Създадена подходяща информационна среда за ефективна комуникация, управление и обмен на информация за дейностите по проект “Проучване и разработване на пилотни модели за екологосъобразно събиране и временно съхранение на опасни битови отпадъци от домакинства” на национално, регионално и общинско ниво, която да позволи успешното изпълнение на дейностите по проекта; * Изготвена Програма за осъществяване на информационните дейности по проекта и начини на осъществяване на достатъчна информираност на населението в допълнение на изисканите дейности от Възложителя * Повишено обществено съзнание за ползите от разделното събиране на опасните битови отпадъци чрез Провеждане на национална и местна информационни кампании.   6. Допускания и рискове  6.1. Основни допускания  С оглед ефективно и качествено изпълнение на настоящата обществена поръчка са направени следните основни допускания във връзка с реализацията на дейностите, обект на техническата спецификация:   * Осъществяване на ефективно и безпроблемно сътрудничество между всички заинтересовани страни в рамките на проекта, а именно: Възложител – ПУДООС, петте общини, Изпълнител, обществеността,; * Изпълнение на задачите, предвидени в рамките на техническата спецификация в съответствие с проект “Проучване и разработване на пилотни модели за екологосъобразно събиране и временно съхранение на опасни отпадъци от домакинства” и предвидените финансови средства; * Осигуряване на адекватна подкрепа от страна на съответните заинтересовани страни/лица; * Наличие на достатъчна информация с оглед безпроблемното изпълнение на предвидените дейности;   6.2. Идентифицирани рискове  Основните рискове, които могат да доведат до затруднения при изпълнение на задачите съгласно настоящата техническа спецификация са:   * Затруднения/закъснения при получаване на информация от съответните компетентни органи; * Недостатъчна подкрепа от страна на съответната община и обществеността; * Възникване на промени в националното и/или европейско законодателства в областта на управление на отпадъците.   **ІІ. ДЕЙНОСТИ. ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ОБЩЕСТВЕНАТА ПОРЪЧКА.**  **1. Дейност 1: Разработване на Програма за осъществяване на информираност на населението с включена комуникационна и медийна стратегия и предварителна подготовка на кампанията – Срок за изпълнение до 1 (един) календарен месец, считано от датата на сключване на договора.**  При изпълнението на тази дейност следва да се разработи Програма за информираност на населението, с включена комуникационна и медийна стратегия и да се извърши предварителна подготовка за протичането на кампанията.  Задача 1.1. Изработване на лого и слоган на кампанията по проект „Проучване и разработване на пилотни модели за събиране и временно съхранение на опасни битови отпадъци“.  В срок до 10 дни от сключване на договора Изпълнителят следва да предостави на Възложителя минимум три варианта на лого и слоган на проекта в пълноцветен и монохромен вариант. Одобреният от Възложителя вариант ще се използва при брандиране на всички видове рекламни материали, информационни табели, както и при всеки вид информация за различни събития.  Изпълнителят следва да представи изготвените три варианта на лого и слоган на проекта, чрез официално писмо до Възложителя. Възложителят си запазва правото да поиска по електронната поща (на посочените в договора адреси) от изпълнителя до пет допълнителни корекции на избрания вариант.  Възложителят ще избере един от трите варианта, като за целта информира изпълнителя за взетото решение чрез официално писмо в срок от 3 (три) работни дни.  Задача 1.2: Разработване на Програма за информираност на населението с включена комуникационна и медийна стратегия.  Изпълнителят трябва да извърши анализ на медийната среда и 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. Изпълнителят следва да предложи конкретни медии, както следва:   * минимум 10 телевизионни канала, от които поне 1 национална телевизия с наземно цифрово разпръскване; * минимум 10 радио канала, от които поне с 2 национален обхват; * поне 5 национални всекидневника и десет регионални печатни медии; * поне 10 онлайн издания; * специализирани издания – в областта на опазване на околната среда, земеделски и др. * други по преценка на Изпълнителя.   В Програмата за информираност на населението трябва да бъдат посочени начините на взаимодействие между средствата за информация с цел да се постигне максимално “покритие” на аудиторията, да се търсят допирни точки с нея на различни нива по социално-демографски фактори, за да се постигнат дълбочинни ефекти на ясна ориентация в проблема и изграждане на положително лично мнение и отношение.  Основните цели на изготвената комуникационната стратегия трябва да бъдат: -   * Търсене и постигане на широка дискусия; * Взаимодействие и координация между средствата за информация; * Постигане на обществена подкрепа и сътрудничество в осъществяването на промените в обществените нагласи; * Координация между заинтересованите страни; * Компетентност и висок професионализъм на участниците; * Свободно движение на комуникацията от и към аудиторията; * Координация на всички усилия за гарантиране на поставените цели; * Откритост и прозрачност на всички нива.   В рамките на срока за изпълнение на дейността - до 1 (един) календарен месец, считано от датата на сключване на договора, Изпълнителят следва да представи изготвената Програма за информираност на населението с включена комуникационна и медийна стратегия, чрез официално писмо до Възложителя.  На база на извършения от Изпълнителя анализ, Възложителят ще избере конкретните медии, които да участват в провеждането на кампанията, като за целта информира изпълнителя за взетото решение чрез официално писмо в срок от 10 (десет) работни дни след изпращането на Програмата за информираност на населението. Крайното решение за избор на комуникационни канали принадлежи само и единствено на възложителя и изпълнителят няма право да предопределя това решение по какъвто и да било начин, включително чрез посочване на конкретни медии в офертата за изпълнение на настоящата обществена поръчка и/или във Встъпителния доклад по Раздел V на настоящата техническа спецификация.  След полученото писмо за избор на комуникационни канали Изпълнителят следва да предприеме действия по създаване на контакти с одобрените от Възложителя медии.  Задача 1.3.: Предварителна подготовка на кампанията.  Избраният изпълнител следва през периода на изпълнение на настоящата дейност да извърши:   * Изработване и отпечатване на пълноцветни информационни листовки /включително електронен вариант/, които да съдържат приоритетни послания на информационната кампания (дефинирани в Програмата за информираност на населението), информация за целите и дейностите на проекта, както и за опасните битови отпадъци. * Изработване и отпечатване на пълноцветни постери за кампанията. * Изработване на транспаранти тип ролков банер, за обозначение на Мобилен събирателен пункт. * Изработване на рекламни материали /шапки, еко торбички и др., предложени от Изпълнителя в Техническото му предложение/, брандирани с пълноцветен печат.   Изпълнителят следва да има предвид, че проектът предвижда пилотните центрове да бъдат използвани за екологосъобразно събиране и временно съхранение на следните видове опасни битови отпадъци:   * Лаково бояджийски материали и покрития: * Бои; * Лакове; * Разтворители; * Грундове; * Лепила; * Смоли; * Мастила.   Кодове на отпадъците: 20 01 27\*, 20 01 13\*   * Домакински препарати и химикали: * Перилни и почистващи препарати (препарати за почистване на стъкла, фурни, белина, препарати отстраняващи петна и ръжда, почистващи повърхности, дезинфектанти); * Киселини и основи; * Препарати за растителна защита и борба с вредителите (препарати за поддържане на тревни площи, цветя, овощни дървета, зеленчукови растения - пестициди, хербициди); * Фотографски материали; * Спирачни течности; * Антифризни течности;   Кодове на отпадъците: 20 01 29\*, 20 01 14\*, 20 01 15\*, 20 01 17\*, 20 01 19\*, 16 01 13\*, 16 01 14\*   * Фармацевтични продукти: * Лекарства с изтекъл срок на годност; * Продукти, свързани с грижи за домашни любимци.   Код на отпадъците: 20 01 31\*   * Живак и живаксъдържащи отпадъци: Живак, живачни термометри, живачни прекъсвачи, живачни ампули от бойлери и др.;   Код на отпадъците: 20 01 21\*   * Кърпи за изтриване и предпазни средства, замърсени с опасни вещества: * Кърпи, парцали за избърсване, замърсени с опасни препарати; * Предпазни средства – ръкавици, маски, филтри и др., използвани при боядисване, нанасянето на покрития и почистване.   Код на отпадъците: 15 02 02\*   * Замърсени дървесни материали: Код на отпадъците: 20 01 37\* * Замърсени опаковки: Празни опаковки от лаково бояджийски материали и покрития, домакински препарати и химикали, обозначени със символи за опасност (пиктограми) – картонени, пластмасови, стъклени, метални.   Код на отпадъците: 15 01 10\*  Пилотните центрове ще бъдат използвани за екологосъобразно събиране и временно съхранение на следните опасни масово разпространени отпадъци:   * Негодни за употреба батерии и акумулатори: * Оловни акумулаторни батерии; * Ni-Cd батерии; * Живак-съдържащи батерии; * Несортирани батерии и акумулатори, съдържащи горните видове.   Код на отпадъците: 20 01 33\*   * Излязло от употреба електрическо и електронно оборудване: * Електрически и електронни устройства – телевизори, монитори, видео, телефони, принтери, факсове, касетофони, радио, фотоапарати, апарати за кръвно налягане, микровълнови печки и други домакински уреди и инструменти; * Оборудване, съдържащо хлорирани и флуорирани въглеводороди – климатици, хладилници, фризери; * Луминесцентни и флуоресцентни лампи, енергоспестяващи и други лампи, съдържащи живак.   Кодове на отпадъците: 20 01 35\*, 20 01 23\*, 20 01 21\*   * Отработени масла: * Смазочни и моторни масла.   Код на отпадъците: 20 01 26\*  Проектът предвижда и доставка на мобилни събирателни пунктове, предмет на отделна обществена поръчка. Мобилният събирателен пункт представлява микробус с общо тегло до 3,5 тона, оборудван със съдове за всеки един код отпадъци по Наредба № 2 от 23.07.2014 г. за класификацията на отпадъци, както и на везна.  **2. Дейност 2: Провеждане на Национална кампания. Срок за изпълнение - през пълния период на реализиране на проект: „Проучване и разработване на пилотни модели за екологосъобразно събиране и временно съхранение на опасни битови отпадъци“.**  Предвид важността на проекта и това, че разделното събиране на опасни битови отпадъци в страната все още не е масова практика, анонсирането на проекта и стартът на първоначалната информационна кампания следва да бъдат общи за всички пилотни общини и да стартират с кампания на национално ниво.  Националната кампания също така трябва да включва информация за дейностите, при които се образуват опасните битови отпадъци, а именно:  Отпадъци от поддръжка на дома, колата и домашния офис:   * Перилни и почистващи препарати * Пестициди и други растително-защитни препарати за дома и градината * Живак и живаксъдържащи отпадъци (например термометри, живачни прекъсвачи и др.). * Оборудване, съдържащо хлорирани и флуорирани въглеводороди (като хладилници и климатици) * Домакински уреди, като микровълнови печки, телевизори * Оборудване от домашния офис – компютри, принтери и монитори * Електрически инструменти * Масла (например смазочни и моторни масла) * Спирачни и антифризни течности * Батерии и акумулатори   Отпадъци от поддържане на здравето:   * Фармацевтични продукти (лекарства с изтекъл срок на годност или неподлежащи на употреба) * Продукти, свързани с грижи по домашни любимци   Отпадъци от ремонти:   * Бои, лакове, бояджийски материали, мастила, импрегнанти * Лепила и адхезиви * Разтворители, например за отстраняване на петна или за бои и лакове или лепила и адхезиви * Замърсени опаковки * Кърпи за изтриване и замърсени облекла, в това число и предпазни средства като маски и филтри, използвани при нанасянето на покрития * Замърсени дървесни материали   Отпадъци от развлечения и хоби и други отпадъци, образувани в бита, чийто състав и свойства създават риск за човешкото здраве и околната среда, в това число свързани с упражняването на хоби:   * Фотографски материали * Музикални уредби, игрови конзоли, играчки с батерии * Хоби оборудване * Химически вещества и препарати, различни от перилните и почистващи препарати   Освен това предоставяната на населението информация задължително следва да включва значението на знаците за опасност върху опаковките на продуктите:    **експлозивно**    **запалимо**    **Силен окислител**    **токсично**    **дразнещо/ вредно**    **корозивно**    **опасно за околната среда или**  **предупредителния знак**    След като завърши предварителната подготовка за кампанията, следва да се пристъпи към реалното й изпълнение. Изпълнителят следва да излъчи пакета от приоритетни послания, формирани при изпълнението на дейност 1 включително чрез изработените листовки.  Използването на богатата жанрова палитра в национален печат, радио и национална телевизия ще допринесе за успешното решаване на задачата. За да се привлече вниманието на аудиторията, още в началото на кампанията трябва да се започне с факти, които веднага да събудят интереса, с констатации, които биха предизвикали широка дискусия. Не трябва да се използват тясно специализирани текстове, наситени със сложна терминология, която е неразбираема за широката аудитория, още повече че участието и постигането на целите на системата не следва да изисква високо професионално ниво в областта на управление на отпадъците.  Следвайки принципа на взаимодействието между отделните канали, Изпълнителят трябва да използва всички инструменти.  Задача 2.1: За начало на кампанията трябва да се избере радиото, като средство за най-бързо предаване на информацията, едновременно достигаща до огромен брой реципиенти. Със силните изразни възможности на персонализираната радиореч, в съчетание с добре подбран, ясен и целенасочен текст, посланието ще събуди интереса, ще ориентира слушателя към конкретния факт, ще създаде предпоставки към последващо развитие на двупосочни действия. Като акустично по своята природа средство, радиото има силата да въздейства на емоциите. Когато се засегнат чувствата, над възприетото съдържание реципиентът не само размишлява, но той е и ангажиран, което вече е предпоставка за негови бъдещи действия. Чрез своите специфични изразни средства, радиото създава у аудиторията съответно емоционално състояние, което формира нейното отношение към фактите и събитията. Разбира се, емоционалната страна на въздействие не бива да се абсолютизира и да се игнорира логическата, рационалната, т.е. в подготовката на текста да се търси точен баланс между достоверния факт и начина на поднасянето му към аудиторията.  Трябва да се излъчи интервю със специалист/експерт, който да постави на вниманието на аудиторията част от проблематиката, например свързана с безопасността в дома и на улицата, който може да отправи дори апел към населението по места, което да се включи в последствие с лични наблюдения относно процесите на разделно събиране на отпадъци, в т.ч. опасни битови.  В популярно публицистично предаване трябва да се излъчи интервю с представители на администрацията на Възложителя, на местната власт по местонахождение на съответните пилотни центрове или експерти по отпадъците, които да акцентират върху проблема и привлекат вниманието върху него.  Задача 2.2: Важно е да се лансират материали и в избраните телевизионни канали. тъй като телевизионното общуване е ефектно. Видимият образ се възприема много по-лесно и по-добре. Телевизионният образ е разбираем, той има своеобразна “магия”, подсилена от т. нар. ефект на присъствие – удоволствието, което получава зрителят, когато екранът го прави очевидец на събития и лица. Чрез ”Телевизионният образ” на лансираната вече проблематика ще допълни в съзнанието на аудиторията онова, към което радиото я е насочило. Зрителният образ /интервю или ТВ кореспонденция/ ще помогне на зрителя/слушател да дооформи нагласата си, личното си отношение, което се е зародило, но още не е получило завършен вид. Изпълнителят следва да разработи тридесет секунден рекламен клип. Целта на клипа ще бъде да рекламира целите на проекта на Възложителя. Клипът следва да включва популярно лице или анимация.  Задача 2.3: В изпълнението на тази задача следва да бъдат публикувани подходяща материали в пресата.. С възможностите на “писаното” слово и с професионализма на журналистите, умеещи да адаптират и най-сложната материя в достатъчно интересно и привлекателно четиво, слушател/зрител/читател не само ще бъде ориентиран към проблематиката, но ще добие ясна представа за нея в дълбочина, което ще засили активността му, ще провокира у него желание за участие и промяна. Чрез включването на голям набор от печатни издания, ще се обхванат почти всички социално-демографски групи.-  Задача 2.4: Задължително е публикуване на подробна информация в интернет пространството, тъй като тази информация е достъпна при търсене, което не винаги е характерно за медиите.  По-младата и най-активна част от населението, ангажирана в много голяма степен с екологичните проблеми, разделното събиране на отпадъци и опазването на околната среда е твърд потребител на интернет-информация.  Онлайн медиите със сигурност са най-доброто място за отразяване на новини, които могат непрекъснато да бъдат актуализирани и увеличаването на броя на организациите, които разпространяват новини онлайн за журналисти или за абонатите на новинарски услуги, показва популярността на Интернет-средата за разпространение на новини и информация.  Повечето информационни агенции и печатни издания, както и ефирните радио и телевизионни медии в страната имат и свой онлайн вариант, като някои от тях съществуват вече само онлайн. Така излъченият или отпечатан материал /по радио, телевизия или в печатна медия/ е автоматично публикуван и в интернет и достъпен за по-дълъг период от време. Подходящи за публикуване на материали и новини са онлайн информационни агенции и издания.  Интернет-сайтът също има място и роля в медийната кампания. Изпълнителят трябва да изработи национален уеб-сайт на проекта. Сайтът ще бъде собственост на Възложителя и след приключването на договора Изпълнителят следва да предаде всички кодове и пароли за достъп. По време на изпълнението на настоящата обществена поръчка Изпълнителят трябва да осигури достъп до административната част на сайта и на експерта „Организация и сигурност” на ПУДООС.  Премереното и навременно използване на социалните мрежи също осигурява възможности за бързо информиране и организиране на събития и кампании, а също и за споделяне на снимков материал.  Както беше отбелязано по-горе, един интернет-сайт представлява идеален канал за бързо променящи се новини, като в същото време може да осигури и лесен достъп до допълнителна обща информация, публикувана за дадено събитие. Обикновено виртуалният пресцентър съдържа копия от прессъобщения, публикувани на сайта веднага след тяхното излизане, с линкове към други подходящи страници и дори към външни сайтове, а също и снимков материал, ако има наличен такъв, който сам по себе си е достатъчно красноречив.  Изпълнителят трябва да предвиди и поставянето на банери на проекта на сайтовете на минимум 5 производителя на опасни битови отпадъци. Банерите следва да са с линк към националния сайт на проекта.  Задача 2.5: Като част от реализацията на националната кампания Изпълнителят следва да брандира мобилните пунктове за събиране на опасни битови отпадъци. Те ще бъдат 12 на брой и ще се закупят, като част от реализацията на проекта на ПУДООС.  *Основни резултати от дейността*  Националната кампания трябва да съдържа минимум следните резултати:   * Излъчване и лансиране на пакет от приоритетни послания в избраните комуникационни канали в началото на кампанията, съгласно т.4 от настоящата Техническа спецификация които да фокусират вниманието на аудиторията към целите, дейностите и резултатите на проект „Проучване и разработване на пилотни модели за екологосъобразно събиране и временно съхранение на опасни битови отпадъци“. * Разпространение на специално изработените информационни материали – листовки /включително електронен вариант/ и др., най-вече сред журналисти в медиите, с които се работи в националната кампания, както и експерти в сферата на екологията; * Изработване на тридесет секунден рекламен клип на проекта. * Участие на експерти в информационни предавания с интервюта, репортажи в новинарски емисии по радиото; * Участие на експерти в информационни предавания с интервюта, репортажи в новинарски емисии по телевизията; * Публикуване на материали в пресата; * Изработване на национален уеб-сайт на проекта. * Публикуване на материали в Интернет /онлайн издания, сайтовете на общините, сайта на ПУДООС. * Брандиране на 12 бр. мобилни събирателни пункта.   **3. Дейност 3: Провеждане на Местна кампания – Срок за изпълнение - през пълния период на реализиране на проект: „Проучване и разработване на пилотни модели за екологосъобразно събиране и временно съхранение на опасни битови отпадъци“.**  За успешната реализация на проекта, местната кампания трябва да обхваща всички видове медии, основно чрез предоставяне на навременна и точна информация.  Ролята на регионалните медии за местната кампания е много важна, тъй като позволява бързо достигане на посланията до целевите групи в съответните населени места.  Място при реализацията на местната кампания имат интернет-сайтовете на общините. Те могат да играят активна роля в цялостната медийна стратегия, на няколко нива: като основен канал за комуникация; като място, където да се публикуват последните съобщения за пресата и новини; като начин за насърчаване на PR дейности; като хранилище за други форми на комуникация, като например електронен вариант на специалната листовка, график и работно време на пунктовете/площадките и др., достъпни за изтегляне. В заглавните страници на сайтовете на общините, на видимо и лесно достъпно място следва да бъдат разположени банери, съдържащи линк към националния сайт на проекта на ПУДООС.  Създаване на виртуален пресцентър на общините, с възможност за търсене в базата данни, позволява на журналистите да си набавят и допълнителна информация ако изследват определена тема в дълбочина. Email страници, пряко свързани с пресцентъра също могат да осигурят постоянна възможност за контакт, дори извън работно време.  Ако общината вече има или има намерение да създаде „виртуален пресцентър“, то трябва да го поддържа толкова актуален и интерактивен, както и останалата част от сайта, за да бъде наистина полезен и своевременен източник на информация. Ако се управлява ефективно, виртуалният пресцентър може да бъде ценен актив, а един добър сайт бързо става популярен сред журналистите.  Въпреки че може и трябва да се положат усилия в насочването на посетители към интернет-сайта, общините до голяма степен зависят от аудиторията, която сама си търси информация за разлика от директното въздействие на една брошура или листовка, които поставени на подходящото място, могат лесно да бъдат прелистени и информацията бързо усвоена. Най-добрият ефект се постига като се търсят начини за свързване на интернет-сайта с други промоционални дейности и насърчаване на гражданите да го посетят и да научат повече.  Изпращането на прес-съобщения е правилният и успешен начин за генериране на медиен интерес и отразяване на събитията.  Местната кампания за всяка пилотна община при изпълнение на проекта трябва да се състои като минимум от:   * Разпространение на специално изработените информационни материали – листовки (включително електронен вариант) и др. преди всяко събитие; * Лансиране на приоритетни послания и материали в регионални ТВ оператори. * Изпращане на прес-съобщение до избраните за участие медии преди всяко събитие; * Участие на експерти в информационни предавания с интервюта, репортажи в новинарски емисии по радиото, когато това е възможно и като част от обща еко кампания /напр. пролетно почистване и др./; * Публикуване на материали в пресата; * Публикуване на материали в Интернет/онлайн издания, сайтовете на общините, сайта на ПУДООС; * Провеждане на срещи с различни групи от населението за разяснителна кампания, която да включва информация за целите и предвидените дейности по проекта, както и ползите от неговото реализиране, значението на знаците за опасност върху опаковките на продуктите, събирането и генерирането на опасни отпадъци.   **4. Количествени показатели по задачи**  Количествените показатели, които трябва да бъдат постигнати по време на изпълнението на настоящата обществена поръчка са разделени по задачи.  *За Дейност 1*   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | № | Наименование на вида задача | Ед. мярка | Кол-во | | 1 | Изработени лого и слоган на проекта | Лого  слоган | 1 бр.  1 бр. | | 2 | Разработване на Програма за осъществяване на информираност на населението с включена комуникационна и медийна стратегия и изпълнение на предварителна подготовка на кампанията. | Разработена Програма | 1 бр. |   *За Дейност 1- за един пилотен център*   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **№** | **Наименование на вида задача** | **Ед. мярка** | **Кол-во** | | 1 | Изработване и отпечатване на информационна листовка /включително електронен вариант/ - формат А5, сгънат формат, минимум 6 страници, хартия 150 гр. офсет, гланц, пълноцветен печат. | брой | 1000 | | 2 | Изработване и отпечатване на транспарант за обозначаване на Мобилния събирателен пункт – тип ролков банер; пълноцветен печат; размери портрет 2000 х 800 мм.; схема на конструкция – алуминиева, сгъваема, материал винил; чанта/калъф за пренос на транспаранта. | брой | 3 за голям и  2 за малък пилотен център | | 3 | Изработване и отпечатване на транспарант за стационарната площадка – тип ролков банер; пълноцветен печат; размери портрет 2000 х 800 мм.; схема на конструкция – алуминиева, сгъваема, материал винил; чанта/калъф за пренос на транспаранта. | брой | 1 | | 4 | Изработване на постоянна информационна табела за обозначаване на пилотния център - 300/200 см, лека конструкция с два подпорни стълба и отстояние от земята максимум 150 см от долната част на рамката; материал – ламарина, плексиглас, коматекс или друг подобен, устойчив на атмосферни влияния, пълноцветен печат. | брой | 1 | | 5 | Изработване на рекламни сувенири /бейзболна шапка/ - материал: 100% памук, брандирана с пълноцветни лога и надписи. | брой | 100 | | 6 | Изработване на рекламни сувенири /чаша тип мъг/ - от порцелан, мин. 250 мл., пълноцветен печат (с надпис и пълноцветни лога) | брой | 50 | | 7 | Изработване на рекламни сувенири /еко чанта/ - от плат, пълноцветен печат (с надпис и пълноцветни лога). | брой | 50 | | 8 | Изработване на рекламни сувенири /еко химикалка/ - пластмасов печат (с надпис и пълноцветни лога). | брой | 50 | | 9 | Изработване на рекламни сувенири /еко бележник +химикалка/ - Бележник формат А5 със спирала, мин. 200 стр., корици от плътна хартия/картон (с пълноцветни надпис и лога на кориците и надпис и пълноцветни лога на всяка страница). Химикалка - метал (лазерно гравиране с надпис и пълноцветни лога) | брой | 50 |   *За Дейност 2:*   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **№** | **Наименование на вида дейност** | **Ед. мярка** | **Кол-во** | | **1** | Пряко участие на медийните експерти в поддържане комуникацията с медиите през цялото време на проекта. | | | | **2** | Излъчване и лансиране на пакет от приоритетни послания в праймтайм в национални обществени или комерсиални радиа. | брой | 40 | | **3** | Излъчване и лансиране на пакет от приоритетни послания в националните медии (национални телевизии и в поне една национална телевизия с наземно цифрово разпръскване) до 1 мин. в праймтайма и неограничено в останалото време.  Не по-малко от 5 платени репортажа . | брой | 5 | | **4** | Участие в информационни предавания, репортажи в новинарски емисии по радио – рекламно интервю/ репортаж - Не по-малко от 5 платени репортажа (за всеки пилотен център) | брой | 5 | | **5** | Участие в информационни предавания, репортажи в новинарски емисии по национални и поне една национална телевизия с наземно цифрово разпръскване- Не по-малко от 5 платени репортажа (за всеки пилотен център) | брой | 5 | | **6** | Публикуване на платени материали в пресата – в 3 национални всекидневника | публикация | 3 | | **7** | Публикуване на платени материали в Интернет /онлайн издания – общ бюджет | кампания | 1 | | **8** | Реклама в социални медии | кампания | 1 | | **9** | ПР статии в подходящи специализирани издания /в областта на екологията и др./ | брой | 1 | | **10** | Реклама в подходящи специализирани екологични, земеделски и др. издания | брой | 1 | | **11** | Изработване на 30 секунден рекламен клип | брой | 1 | | **12** | Разработване на национален уеб-сайт на проекта | брой | 1 | | **13** | Брандиране на мобилни пунктове за събиране на опасни битови отпадъци. | брой | 12 | | **14** | Поставяне на банери на сайта на проекта на сaйтове на производители на опасни битови отпадъци | брой | 5 |   *За Дейност 3:*  Количествените показатели в следващата таблица важат за 1 пилотен център и участниците при изготвяне на своята оферта следва да имат предвид, че трябва да ги изпълнят за петте центъра по отделно.   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **№** | **Наименование на вида дейност** | **Ед. мярка** | **Кол-во** | | 1 | Излъчване и лансиране на пакет от приоритетни послания в местните медии /радио/ | брой | 20 | | 2 | Излъчване и лансиране на пакет от приоритетни послания в местните медии /телевизия/ | брой | 20 | | 3 | Участие в информационни предавания, репортажи в новинарски емисии на местните радиостанции | брой | 5 | | 4 | Участие в информационни предавания, репортажи в новинарски емисии на местните телевизионни оператори | брой | 5 | | 5 | Публикуване на материали в местните издания на пресата. | брой | 10 | | 6 | Актуализиране на сайта на общината с „виртуален пресцентър“, изработване на страница в една социална мрежа и регулярно публикуване на материали. | година | 1 | | 7 | Срещи и информационно-разяснителни кампании. | брой | 10 |   Всички материали, продукти и медии подлежат на предварително одобрение от Възложителя и прес-центъра на МОСВ. За целта Изпънителят следва да предложи поне три варианта по електронната поща на отговорния служител по договора от администрацията на ПУДООС.  Всички предвидени материали и публикации трябва да съдържат задължително: логото и останалите изисквания за визуализация на Българо - швейцарската програма за сътрудничество, както и текст: „*Проектът се реализира с финансовата подкрепа на Швейцария в рамките на швейцарския принос за разширения Европейски съюз*“.  По време на всички информационни събития следва бъде изтъквано, че проектът се финансира Българо-швейцарската програма за сътрудничество, както и да се поставят съответните изработени за целта банери.  ПУДООС на своята интернет страница ще създаде линк към националния сайт на проекта и ще актуализира информацията (обща информация за проекта ще бъде поставена и на страницата на съответната пилотна община по проекта).  ІІІ. ЕКСПЕРТЕН СЪСТАВ  За изпълнение на настоящата поръчка участникът трябва да предложи в своята оферта ключови експерти, които да извършат дейностите, предмет на поръчката. Изискванията към експертите са детайлно посочени в настоящата Техническа спецификация за изпълнение на обществената поръчка.  Всеки участник трябва да разполага с екип експерти, включващ минимум следните лица:   * ***„Ръководител на екипа“ (Е1) -*** Да притежава диплома за завършено Висше образование, степен “Магистър”, по специалност Право или Икономическа специалност, или специалност в областта на Рекламата или Журналистиката или еквивалентни на посочените за чуждестранни участници; * Да притежава опит по придобитата специалност, който е минимум 4 (четири) години, през които да е имал участие, като „Ръководител на екип”, при изпълнение на дейност/и и/или услуга/и по медийна/информационна кампания или медийно или информационно отразяване на събитие/мероприятие.   Основни задължения:   * отговаря за ефективното и качествено управление и изпълнение на обществената поръчка като ръководи изпълнението на дейностите; * организира и координира цялостната дейност на екипа за изпълнение на поръчката; * осъществява контакт с органи и институции, имащи отношение към изпълнението на настоящата поръчка и проекта, като цяло по отношение на медийното отразяване и информираността; * организира и координира изпълнението на предписанията на Възложителя; * координира провеждането на отделните мероприятия в изпълнение на дейностите по поръчката; * изготвя докладите предмет на договора за обществена поръчка; * при откриване/ докладване на нередност, или подозрение за нередност, или измама, на който и да било етап от изпълнението на настоящата поръчка и проекта, докладва на Възложителя - ПУДООС. * ***„Експерт „Графичен дизайн“ (Е2) -*** Да притежава диплома за завършено Висше образование, степен “Бакалавър”, по специалност „Графичен дизайн”, „Уеб дизайн”, „Визуална комуникация“ или еквивалентни на посочените и за чуждестранни участници; * Да притежава опит по придобитата специалност, който е минимум 3 (три) години, през които да е имал участие в изпълнението на дейност/услуга по извършване на медийна/информационна кампания и/или реклама и/или медиийно/информационно отразяване на събитие/мероприятие. При участието си в конкретните дейности/услуги, експерта следва задължително да е извършвал задачи по „Графичен” или „Уеб” дизайн или еквивалентни.   Основни задължения:   * Отговаря за графичното оформление на визуализацията по проекта; * Отговаря за оформлението на материалите изработени в изпълнение на обществената поръчка; * Участва в координационни срещи; * Участва в изготвянето на медийна и комуникационна стратегия; * Участва пряко в изпълнението на дейностите по проекта; * при откриване/ докладване на нередност, или подозрение за нередност или измама, на който и да било етап от изпълнението на настоящата поръчка и проекта, докладва на Възложителя - ПУДООС. * ***„Експерт „Връзки с обществеността/Медиен експерт“ –Национална кампания (Е3)-*** Да притежава диплома за завършено Висше образование, степен “Бакалавър”, по специалност “Връзки с обществеността” или по специалност в областта на “Журналистиката” или “Рекламата”, или еквивалентни на посочените за чуждестранни участници; * Да притежава опит по придобитата специалност, който е минимум 3 (три) години, през които да е имал участие, в изпълнението на дейност/услуга от национален мащаб по извършване на медийна/информационна кампания и/или реклама и/или медийно/информационно отразяване на събитие/мероприятие.   Основни задължения:   * Отговаря за връзките с медиите; * Участва в организирането и провеждането на различен по вид публични събития и мероприятия в изпълнение на дейностите по обществената поръчка; * Участва в оформлението на материалите изработени в изпълнение на обществената поръчка; * Участва в координационни срещи; * Участва пряко в изготвянето на медийна и комуникационна стратегия и отговаря за нейното приложение; * Участва пряко в изпълнението на дейностите по проекта; * При откриване/ докладване на нередност, или подозрение за нередност, или измама, на който и да било етап от изпълнението на настоящата поръчка и проекта, докладва на Възложителя - ПУДООС. * ***Експерт „Връзки с обществеността/Медиен експерт“ – Местна кампания (Е4) -*** Да притежава диплома за завършено Висше образование, степен “Бакалавър”, по специалност ”Връзки с обществеността“ или по специалност в областта на ”Журналистиката“, ”Рекламатa”, ”Маркетинга” или еквивалентни на посоченитеи за чуждестранни участници; * Да притежава опит по придобитата специалност, който е минимум 3 (три) години, през които да е имал участие в изпълнението на дейност/услуга от местен или национален мащаб по извършване на медийна/информационна кампания и/или реклама и/или медийно/информационно отразяване на събитие/мероприятие.   Основни задължения:   * Отговаря за връзките с медиите; * Участва в организирането и провеждането на различен по вид публични събития и мероприятия в изпълнение на дейностите по обществената поръчка; * Участва в оформлението на материалите, изработени в изпълнение на обществената поръчка; * Участва в координационни срещи; * Участва пряко в изготвянето на медийна и комуникационна стратегия и отговаря за нейното приложение; * Участва пряко в изпълнението на дейностите по проекта; * При откриване/ докладване на нередност, или подозрение за нередност или измама на който и да било етап от изпълнението на настоящата поръчка и проекта, докладва на Възложителя - ПУДООС. * ***Експерт „Интернет и социални мрежи“ (Е5 -*** Да притежава диплома за завършено Висше образование, степен “Бакалавър”, по специалност в областта на компютърните и/или информационните технологии или еквивалентни на посочените и за чуждестранни участници; * Да притежава опит по придобитата специалност, който е минимум 2 (две) години, през които да е имал участие в изпълнението на дейност/услуга по извършване на медийна/информационна кампания и/или реклама и/или медиийно/информационно отразяване на събитие/мероприятие. При участието си в конкретните дейности/услуги, експертът следва задължително да е извършвал задачи по работа с „Интернет” или „Социалните мрежи” или еквивалентни.   Основни задължения:   * Отговаря за популяризиране на проекта в интернет пространството и социалните мрежи; * Участва в организирането и провеждането на различен по вид публични събития и мероприятия в изпълнение на дейностите по обществената поръчка; * Участва в оформлението на материалите изработени в изпълнение на обществената поръчка; * Участва в координационни срещи; * Участва в изготвянето на медийна и комуникационна стратегия и подпомага медийния експерт за нейното приложение; * Участва пряко в изпълнението на Дейностите по проекта; * При откриване/ докладване на нередност, или подозрение за нередност или измама на който и да било етап от изпълнението на настоящата поръчка и проекта, докладва на Възложителя - ПУДООС. * ***Експерт „Фотограф“ (Е6) -*** Да притежава диплома за завършено средно образование, по специалност в областта на фотографското изкуство или еквивалентно за чуждестранни участници; * Да притежава опит по придобитата специалност, който е минимум 3 (три) години, през които да е имал участие в изпълнението на дейност/услуга по извършване на медийна/информационна кампания и/или реклама и/или медиийно/информационно отразяване на събитие/мероприятие. При участието си в конкретните дейности/услуги, експерта следва задължително да е извършвал задачи по фотографиране и/или заснемане.   Основни задължения:   * Участва в организирането и провеждането на различен по вид публични събития и мероприятия в изпълнение на дейностите по обществената поръчка; * Заснема/фотографира с цифров носител, различен по вид публични събития и мероприятия в изпълнение на дейностите по обществената поръчка; * Участва в оформлението на материалите изработени в изпълнение на обществената поръчка; * Участва в координационни срещи; * Участва в изготвянето на медийна и комуникационна стратегия и подпомага медийните експерти за нейното приложение; * Участва пряко в изпълнението на дейностите по проекта; * При откриване/ докладване на нередност, или подозрение за нередност или измама, на който и да било етап от изпълнението на настоящата поръчка и проекта, докладва на Възложителя - ПУДООС.   Възложителят въздига организацията, професионалната компетентност и опит на ключовия персонал, на който ще бъде възложено изпълнението на поръчката, в показател, включен в критерия за оценка на офертата съгласно чл. 70, ал. 2, т. 3 и ал. 4, т. 2 от ЗОП. Поради тази причина в Техническото си предложение, участникът представя информация и доказателства относно организацията и екипа за изпълнение на поръчката и същите се оценяват съобразно показателите и под-показателите, дефинирани в Методиката за комплексна оценка на офертите. Документите относно ключовия персонал съставляват част от офертата и се разглеждат след провеждане на предварителния подбор по смисъла на чл. 104, ал. 1 от ЗОП.  Участникът може да предвиди и други експерти, като членове на екипа за изпълнение на поръчката. Професионалните квалификации и опит на тези допълнителни експерти няма да бъдат предмет на оценка от страна на Възложителя. Независимо от това, структурирането на проектния екип, разпределението на функциите и отговорностите, и организацията на работата на персонала са елементи на техническата оферта, които подлежат на оценка в съответствие с приетата от Възложителя методика за комплексна оценка.  Замяна на посочените в офертата на участника ключови експерти се допуска само при непредвидени обстоятелства по смисъла на параграф 2, т. 27 от Допълнителните разпоредби на ЗОП. В такива случаи Изпълнителят следва да представи нов експерт с професионални квалификации и опит, еквивалентни на тези на заменения експерт.  Изпълнителят трябва да осигури за своя сметка подходящи работни помещения за изпълнението на задълженията на ключовите експерти, както и цялото необходимо за целта оборудване и обзавеждане.  ІV. срок на изпълнение  Срокът за изпълнение на настоящата обществена поръчка е до 07.12.2019 г., считано от датата на подписване на договора.  Срокът за изпълнение е в рамките на реализирането на проект „Проучване и разработване на пилотни модели за екологосъобразно събиране и временно съхранение на опасни битови отпадъци“.  **Срокът за изпълнение на Дейност 1** „Разработване на Програма за осъществяване на информираност на населението с включена медийна и комуникационна стратегия и предварителна подготовка на кампанията“ от обхвата на услугата е до 1 (един) календарен месец, считано от датата на сключване на договора.  **Срокът за изпълнение на Дейност 2** „Провеждане на Национална кампания“ от обхвата на услугата е през пълния период на реализиране на проект: „Проучване и разработване на пилотни модели за екологосъобразно събиране и временно съхранение на опасни битови отпадъци“.  **Срокът за изпълнение на Дейност 3** „Провеждане на Местна кампания“ от обхвата на услугата е през пълния период на реализиране на проект: „Проучване и разработване на пилотни модели за екологосъобразно събиране и временно съхранение на опасни битови отпадъци“.  V. ДОКЛАДВАНЕ  За изпълнение на задълженията си по настоящия договор, избрания Изпълнител, изготвя и представя на Възложителя доклади, чрез които отчита извършената работа, както следва:   * встъпителен доклад; * 1-ви междинен доклад; * 2-ри междинен доклад; * окончателен доклад.   **Встъпителния доклад** се изготвя от Изпълнителя и предава на Възложителя за одобрение в срок до 10 (десет) календарни дни, считано от датата на сключване на настоящия договор. Встъпителният доклад съдържа минимум:  а) обща информация (съдържание и обхват на доклада; описание на изходната ситуация; дейности, участници в изпълнението на поръчката (екип на изпълнителя) и др.);  б) заложени индикатори за продукти и резултати;  в) подробен календарен график с планирани задачи и мероприятия по изпълнение на дейностите;  г) друга информация, по преценка на Изпълнителя.  **1-ви Междинен доклад** се изготвя от Изпълнителя и предава на Възложителя за одобрение в срок до 31 януари на 2019 г., отчитайки извършената работа от началото на сключване на договора до 31.12.2018 г. Междинния доклад съдържа минимум:  а) анализ на изпълнението на задълженията на Изпълнителя по този договор за отчетния период;  б) описание на персонала на Изпълнителя вложен, като човешки ресурс за изпълнението на отчетния период с описание на извършените дейности;  в) описание на трудностите, възникнали по време на отчетния период по отношение на изпълнението на договора и мерките, предприети за тяхното отстраняване;  г) отчет за изпълнението на договора – осъществени срещи, протоколи, кореспонденция, медийни изяви, изпълнение на кампаниите и други;  д) становища и доклади при поискване, предоставени от Изпълнителя по време на отчетния период;  е) предложените задачи и мероприятия за последващия отчетен период и участието на ключовите експерти, разпределено по отговорности във времето;  ж) съществуващи проблеми и предложения за тяхното решаване;  з) бъдещи дейности;  и) очаквани проблеми и необходими мерки;  к) резюме на напредъка;  л) друга информация, необходима по преценка на Изпълнителя.  **2-ри Междинен доклад** се изготвя от Изпълнителя и предава на Възложителя за одобрение в срок до 31 юли на 2019 г., отчитайки извършената работа за периода 01.01.2019 г. – 30.06.2019 г.. Междинният доклад съдържа минимум:  а) анализ на изпълнението на задълженията на Изпълнителя по този договор за отчетния период;  б) описание на персонала на Изпълнителя, вложен като човешки ресурс за изпълнението на отчетния период с описание на извършените дейности;  в) описание на трудностите, възникнали по време на отчетния период по отношение на изпълнението на договора и мерките, предприети за тяхното отстраняване;  г) отчет за изпълнението на договора – осъществени срещи, протоколи, кореспонденция, медийни изяви, изпълнение на кампаниите и други;  д) становища и доклади при поискване, предоставени от Изпълнителя по време на отчетния период;  е) предложените задачи и мероприятия за последващия отчетен период и участието на ключовите експерти, разпределено по отговорности във времето;  ж) съществуващи проблеми и предложения за тяхното решаване;  з) бъдещи дейности;  и) очаквани проблеми и необходими мерки;  к) резюме на напредъка;  л) друга информация, необходима по преценка на Изпълнителя.  **Окончателният доклад** се изготвя от Изпълнителя и предава на Възложителя за одобрение в срок до 15 (петнадесет) календарни дни, преди изтичане на крайния срок за изпълнение на договора. Окончателният доклад съдържа минимум:  а) анализ на изпълнението на задълженията на Изпълнителя по договора за финалния отчетен период и резюме на изпълнението за целия период на договора;  б) описание на персонала на Изпълнителя, вложен като човешки ресурс за изпълнението за отчетния период и резюме за персонала, вложен за целия период на договора;  в) описание на трудностите и предприетите мерки за отстраняването им по отношение на изпълнението на договора за отчетния период и резюме за трудностите и предприетите мерките за целия период на договора;  г) отчет за администрирането на договора – осъществени срещи, протоколи, кореспонденция, медийни изяви, изпълнение на кампаниите и други;  д) отчет за изпълнените дейности по настоящия договор за периода на изпълнението му –постигнати резултати, анализ на резултатите и посочване на индикатори за резултат;  е) резюме на поисканите от Възложителя и предоставени от Изпълнителя становища по конкретния въпроси от цялостното изпълнението на договора;  ж) финансов доклад, обхващащ настоящия договор.  з) изменения за целия период на изпълнението;  и) резюме на проблемите и предприети мерки за преодоляването им;  к) индикатори за цялостно изпълнение;  л) ключови заключения и препоръки;  м) друга информация по преценка на Изпълнителя.  Изпълнителят подготвя и извънредни доклади при поискване от Възложителя по спешни въпроси или по теми, изискващи по-нататъшно пояснение или становище. Те следва да съдържат информация, съответна на поставеното от Възложителя искане за пояснение или справка.  Изпълнителят изготвя документи свързани с текущото изпълнение на настоящия договор, протоколира срещи, работни групи, оперативки и др. При искане на информация от Възложителя, Изпълнителя на Техническата помощ и други подготвя и представя исканата информация.  Докладите се представят в 2 (два) екземпляра на хартиен носител, както и на CD – компактдиск. CD - компактдискът следва да съдържа доклада в сканиран вариант /pdf/ на оригиналния с положени подписи. Съдържанието на електронния носител следва да е напълно идентично с това на хартиен носител.  Докладите се изготвят и подписват от експерт „Ръководител на екипа“ и съгласуват с подпис на официално представляващия **ИЗПЪЛНИТЕЛЯ** и печат на **ИЗПЪЛНИТЕЛЯ**!  Възложителят разглежда представения конкретен доклад и одобрява същия в срок до 5 (пет) работни дни от получаването му с Уведомително писмо до Изпълнителя.  В случай на констатирани коментари/забележки/неточности/несъответствия по доклада, Възложителят с Уведомително писмо в срока до 5 (пет) работни дни ги изпраща на Изпълнителя за нанасяне на съответните корекции и поправки по доклада. Изпълнителят има срок от 5 (пет) работни дни за коригирането на доклада, след което същия се предава на Възложителя за одобрение.  Възложителят одобрява представения от Изпълнителя коригиран доклад**,** единствено и само ако са отразени и коригирани в пълен обем констатираните коментари/забележки/неточности/несъответствия.  VІ. ПРИЕМАНЕ НА ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА ПОРЪЧКАТА  Изпълнението на всяка една от дейностите, предмет на настоящата поръчка се удостоверява за реализирано, с Протоколи, които съдържат и одобрение на конкретните доклади, представяни от **ИЗПЪЛНИТЕЛЯ**.  **VII. РАБОТЕН ЕЗИК**  Работният език при изпълнение на настоящата поръчка е българският език. **ИЗПЪЛНИТЕЛЯТ** е длъжен да изготви и представи за своя сметка всички документи на български език и на английски език.  Докладите, както и всички протоколи, писмена кореспонденция, становища, писма и др., изготвени от **ИЗПЪЛНИТЕЛЯ** за целите на изпълнение на обществената поръчка и предадени на **ВЪЗЛОЖИТЕЛЯ** се изготвят, както на Български език, така и на Английски език.  Като продължение на гореизложеното, избраният **ИЗПЪЛНИТЕЛ** следва да има предвид, че документите на електронен носител CD - компактдиск, също трябва да фигурират на Български език и Английски език.  Документите, които се изискват в повече от 1 (един) екземпляр на Български език във вариант на хартиен носител, се представят само в 1 (един/) екземпляр, преведени на Английски език във вариант на хартиен носител. Същото условие е приложимо и по отношение на съдържанието, което се изисква за електронния носител - CD – компактдиск | І. GENERAL INFORMATION  1. Location of the execution.  Republic of Bulgaria, municipality Shumen, municipality Razgrad, municipality Saedinenie, municipality Levski, municipality Sozopol and other 17 target municipalities - Veliki Preslav, Smyadovo, Kaspichan, Hitrino, Loznitsa, Samuil, Isperih, Zavet, Tsar Kaloyan, Pordim, Nikopol, Belene, Maritza, Kaloyanovo, Hisar, Primorsko and Tsarevo.  2. Contracting Authority.  Enterprise for management of environmental protection activity (EMEPA), city of Sofia.  3. Basis and subject to the award of this contract.  Project "Research and Development of Pilot Models for Environmentally friendly Collection and Temporary Storage of Hazardous Household Wastes", envisages the construction of pilot centers for the collection of household hazardous domestic waste and launch activities for collection by creating a sustainable system enabling local authorities to fulfil their obligations provided for in the legislation for collection of the hazardous household waste and its hand over for recovery and/or disposal. . The scope of activities includes design, construction, equipment and commissioning of five pilot municipal centers for collection of hazardous household wastes and supply of mobile collection points, with which the population of 22 Bulgarian municipalities should be serviced within the framework of the Project. The system for collection of household wastes is directed at the population of 5 municipalities, which the pilot centers will be built up in – Shumen, Razgrad, Levski, Saedinenie and Sozopol, as well as the serviced by them 17 smaller municipalities – Veliki Preslav, Smyadovo, Kaspichan, Hitrino, Loznitsa, Samuil, Isperih, Zavet, Tsar Kaloyan, Pordim, Nikopol, Belene, Maritsa, Kaloyanovo, Hisarya, Primorsko and Tsarevo. National and local information campaigns will be anticipated for the increase of the effect from the Project, which should provide the population with knowledge about the kinds of hazardous wastes and the benefits from their separate collection and hand-over.  This tender procedure is conducted as part of the implementation of the project "Research and Development of Pilot Models for Environmentally friendly Collection and Temporary Storage of Hazardous Household Wastes", financed by the Bulgarian-Swiss program of cooperation.  EMEPA's Executive Agency for Bulgarian-Swiss cooperation program, executing according to the Framework Agreement between the Government of the Republic of Bulgaria and the Federal Council of the Swiss Confederation on the implementation of the Bulgarian-Swiss Cooperation Programme to reduce economic and social disparities within the enlarged European Union.  The purpose of this tender procedure is to ensure greater awareness to the general public at national, regional and local level on the Contracting authority’s project objectives and also explicate to the local population of the five pilot municipalities for the benefits and advantages of organized collection of hazardous waste from the households. The potential participants in the procedure should offer methodology and ways of delivering sufficient awareness of the population in addition to the required activities by the Contracting Authority.  4. Specific objectives of the tender procedure  The specific objectives of this tender procedure are related to:   * Development of a comprehensive Program to implement outreach activities under the project "Research and development of pilot models for environmentally sound collection and temporary storage of hazardous waste from households." * Ensuring transparency, efficiency, visibility and multiplier effect of the project results. * Provision of promotional and informational materials, conduct public events, events, information campaigns and meetings related to the implementation of the project; * Inducing lasting positive public opinion and behaviour to project activities by improving public awareness of their importance and improve their quality of life due to their realization.   5. Expected results  With the implementation of this contract is expected to achieve the following key results:   * Increased general awareness of the Bulgarian-Swiss cooperation programme. * A suitable information environment for effective communication, management and exchange of information on project "Research and development of pilot models for environmentally sound collection and temporary storage of hazardous waste from households" activities at national, regional and municipal level to enable the successful implementation of activities under the project.; * Elaborated Programme for realisation of the information activities under the Project and ways of delivering sufficient awareness of the population in addition to the required activities by the Contracting Authority * Conducted national and local information campaigns to promote the importance of the project and the activities that will be implemented..   6. Assumptions and risks  6.1. Main assumptions  With a view to efficient and quality performance of this contract made the following key assumptions in the implementation of activities subject to technical specification:   * Making effective and smooth cooperation between all stakeholders in the project, namely: Contracting Authority - EMEPA five municipalities, contractors,; * Implementation of the tasks provided in the technical specification in accordance with the project "Research and development of pilot models for environmentally sound collection and temporary storage of hazardous waste from households" and provided financial resources; * Ensuring adequate support from relevant stakeholders / persons; * Availability of sufficient information for the smooth implementation of planned activities;   6.2. Identified risks  The main risks that can lead to difficulty in performing tasks under this technical specification are:   * Difficulties/delays in obtaining information from the relevant authorities; * Insufficient support from the municipality and the public; * Occurrence of changes in national and/or European legislation on waste management.   **ІІ. ACTIVITIES. IMPLEMENTATION OF THE CONTRACT.**  **1. Activity 1: Development of a program to implement the awareness of the population with included communication and media strategy and preliminary preparation of the campaign - Deadline for completion 1(one) calendar month from the date of signing the contract.**  In carrying out this activity should be developed а Program for awareness of the population with included communication and media strategy and execute preliminary preparation for the the campaign implementation.  **Task 1.1: Development of logo and slogan of the campaign under the project "Research and Development of Pilot Models for Environmentally friendly Collection and Temporary Storage of Hazardous Household Wastes"**  Within 10 days of signing the contract, the Contractor shall provide the Contracting Authority with at least three variants of the logo and the slogan of the project in full color and monochrome versions. The version approved by the Contracting Authority will be used in the branding of all types of advertising materials, information boards, as well as in any kind of information about different events.  The Contractor shall submit three variants of the logo and the project slogan, by means of an official letter to the Contracting Authority. The Contracting Authority reserves the right to request by e-mail (at the addresses specified in the contract) by the contractor up to five additional adjustments of the selected option.  The Contracting Authority will choose one of the three options, informing the contractor of the decision taken by an official letter within 3 (three) working days.  **Task 1.2: Development of а Program for awareness of the population with included communication and media strategy**  The Contractor has to make an analisys of the media environement and to offer communication channels in its specificity, size distribution, status/public and private/volume of the audience will meet the objectives of the Contracting Authority’s project and to disseminate widely information on the objectives and implementation of the project and events and processes within the scope of the project, directly affecting the quality of life of the population.  The Contractor should offer specific media channels as follows:   * at least 10 TV channels, of which at least 1 national broadcaster; * at least 10 radio channels, of which at least 2 national broadcasting radios; * at least 5 national and ten regional print media; * at least 10 online editions; * specialized editions - ecological, agricultural, etc. * others at the discretion of the Contractor.   In the Program for awareness of the population must be indicated forms of interaction between the media in order to maximize the "coverage" of the audience, to seek common ground with her at various levels by socio-demographic factors to achieve depth effects clear orientation in the problem and develop a positive personal opinion and attitude.  The main objectives of the elaborated communication strategy should be:   * Search and achieve broad discussion; * Interaction and coordination between the media; * Achieving public support and cooperation in the implementation of changes in public attitudes; * Coordination between stakeholders; * Competence and professionalism of the participants; * Free movement of communications to and from the audience; * Coordination of all efforts to ensure the targets; * Openness and transparency at all levels   Within the period of the implementation of the activity - up to 1 calendar month from the date of conclusion of the contract, the Contractor shall present the prepared Program for awareness of the population with included communication and media strategy, by means of a formal letter to the Contracting authority.  On the basis of the analysis carried out by the Contractor, the Contracting Authority will select the specific media to participate in the campaign and will inform the contractor about the decision taken by an official letter within 10 business days of the sending of the Program for awareness of the population. The final choice of communication channels belongs solely to the contracting authority and the contractor is not entitled to prejudge this decision in any way, including by mentioning specific media in the offer for the execution of this procurement and / or in the Inception Report under Section V of this Terms of Reference.  After receiving the letter of choice of communication channels, the Contractor should take action to establish contacts with the media approved by the Contracting Authority.  **Task 1.3.: Preparation of the campaign.**  The selected contractor during the implementation of this activity shall perform:   * Development and printing a full color information leaflet (including electronic version) which must include priority messages of the information campaign (defined in the Program for awareness of the population), information on project objectives and activities, as well as on hazardous household waste. * Preparation and printing of full color posters for the campaign. * Elaboration of banners (roll-up type) for designation of Mobile collection point. * Development of promotional materials (hats, eco bags, etc., proposed by the Contractor in its technical proposal), branded with full color print.   The contractor should bear in mind that the project provides the pilot centers to be used for temporary storage of the following types of waste:   * Finish varnish and coatings: * Paints; * Varnish; * Solvents; * Primers; * Adhesives; * Resins; * Inks.   Waste codes: 20 01 27\*, 20 01 13\*   * Household cleaners and chemicals: * Detergents (detergents to clean the windows, ovens, bleach, paint remover and rust stains, cleaning surface disinfectants); * Acids and bases; * Plant protection and pest control (preparations for the maintenance of lawns, flowers, fruit trees, vegetable plants - pesticides, herbicides); * Photographic materials; * Brake fluids; * Antifreeze fluids;   Waste codes: 20 01 29\*, 20 01 14\*, 20 01 15\*, 20 01 17\*, 20 01 19\*, 16 01 13\*, 16 01 14\*   * Pharmaceuticals: * Drugs with expired; * Products related to care for pets.   Waste code: 20 01 31 \*   * Mercury and Mercury Containing Waste: Mercury, mercury thermometers, mercury switches, mercury ampoules of water heaters, etc .;   Waste code: 20 01 21 \*   * Wiping cloths and protective equipment contaminated with hazardous substances: * Towels, rags for wiping contaminated with dangerous products; * Protection - gloves, masks, filters, etc., used in paint, coating and cleaning.   Waste code: 15 02 02 \*   * Contaminated wood: Waste code: 20 01 37\* * Contaminated packaging: Empty containers of paints and varnishes and coatings, household cleaners and chemicals labeled with hazard symbols (pictograms) - cardboard, plastic, glass, metal.   Waste code: 15 01 10 \*  The Pilot Centers will be used for environmentally sound collection and temporary storage of the following hazardous waste:   * Spent batteries and accumulators: * Lead-acid batteries; * Ni-Cd batteries; * Mercury-containing batteries; * Unsorted batteries and accumulators containing the above types.   Waste code: 20 01 33\*   * Discarded electrical and electronic equipment: * Electrical and electronic devices - TVs, monitors, video, phones, printers, fax machines, tape recorders, radio, cameras, blood pressure, microwave ovens and other household appliances and tools; * Equipment containing chlorinated and fluorinated hydrocarbons - air conditioners, refrigerators, freezers; * Luminescent and fluorescent lights, energy saving lamps and other lamps containing mercury.   Waste codes: 20 01 35\*, 20 01 23\*, 20 01 21\*   * Waste oils: * Lubricants and motor oils.   Waste code: 20 01 26 \*  The project provides also delivery of mobile collection points, which is subject to separate contract. The mobile collection point is a van with a total weight of 3.5 tons, equipped with containers for each code waste Regulation № 2 of 23.07.2014 for the classification of waste and also scales.  **2. Activity 2: Conducting a national campaign –Implementation period - during the full period of realization of the project "Research and development of pilot models for environmentally sound collection and temporary storage of hazardous domestic waste”.**  Given the importance of the project and that the separate collection of household hazardous waste in the country is not yet common practice, the announcement of the project and launch the initial campaign will be common to all pilot municipalities and to start with campaign at national level.  The National campaign shall also include information on activities that generate hazardous waste, namely:  Waste from the maintenance of the home, car and home office:   * Detergents * Pesticides and other plant protection products for home and garden * Mercury and Mercury-containing waste (eg thermometers, mercury switches, etc.). * Equipment containing chlorinated and fluorinated hydrocarbons (such as refrigerators and air conditioners) * Household appliances such as microwaves, TVs * Equipment from the home office - computers, printers and monitors * Power Tools * Oils (eg lubricants and motor oils) * Brake and antifreeze fluids * Batteries and accumulators   Waste of maintaining health:   * Pharmaceutical products (medicines with expired or non-use) * Products related to care for pets   Waste of repairs:   * Paints, lacquers, varnishes, inks, impregnants * Glues and adhesives * Solvents, for example to remove stains or paints or glues and adhesives * Contaminated packages * wiping cloths, soiled clothing, including protective equipment like masks and filters used in coating * Contaminated wood   Waste of entertainment and hobbies and other waste generated in households whose composition and properties pose a risk to human health and the environment, including the exercise of a hobby:   * Photographic material * Music devices, game consoles, toys with batteries * hobby equipment * Chemical substances and preparations other than laundry and cleaning agents   Furthermore, the provision of public information required should include the importance of signs of danger on the product packaging:    **explosive**    **flammable**    **strong oxidizer**    **toxic**    **irritating/harmful**    **Corrosivity**    **dangerous to the environment or**  **warning sign**    After finishing the preliminary preparation for the campaign should proceed to its real implementation. The contractor should broadcast the package of priority messages formed in the implementation of activity 1 and to start their dissemination including through the leaflets elaborated.  Using a rich range of genres in national press, radio and national television will contribute to the successful implementation of the task. To draw the attention of the audience early in the campaign should begin with facts that immediately arouse interest, with findings that would cause extensive discussion. There is no need to be used specialized texts saturated with complex terminology that is incomprehensible to the general public, especially since the participation and achievement of the objectives of the system should not require a high professional level in the field of waste management.  Following the principle of interaction between channels, the Contractor must use all the tools.  **Task 2.1**: For the start of the campaign the radio should be chosen as a mean of quickly transmitting information simultaneously reaching a huge number of recipients. With strong possibilities of personalized radio-speech, combined with well-chosen, clear and targeted text message will awaken interest, will orient the listener to the particular fact, will create preconditions for further development of two-way action. As acoustic in its nature tool, the radio has the power to influence emotions. When affect feelings the recipient not only contemplate over perceived strength, but it is also engaged, which is already a prerequisite for its future actions. Through its specific means of expression, the radio gives the audience an emotional state which formed its attitude to facts and events. Of course, the emotional impact cannot be absolute and to ignore the logical, rational impact, ie in the preparation of the text should be found the right balance between verifiable facts and ways of its serving to the audience.  It should be broadcasted an interview with a specialist/expert to bring to the attention of the audience part of the problem, for example related to safety in the home and the street, which may make even appeal to people on the ground, to be included later with personal observations on the processes of separate collection of waste, including hazardous household waste.  In popular television talk show should be broadcasted interview with representatives of Contracting authority’s administration, of the local authorities at the location of the respective pilot centers or experts in the field of waste, which should focus on the problem and draw attention to it.  **Task 2.2.:** It is important to launch materials in the selected TV channels as well, because the television communication is spectacular. The visible image is perceived much easier and better. The TV image is understandable, it has a kind of "magic", reinforced by the so called effect of presence - the pleasure received by the viewer when the screen makes him an eyewitness to the events and persons. By the "TV image" of already issued problems will be complemented the minds of the audience that to which it was directed by the radio. The visual images (interview or TV correspondence) will help the viewer/listener further compiling their attitude, their personal relationship that has emerged, but not yet formed completely. The contractor should develop a thirty second TV spot. The purpose of the video will be to promote the objectives of the Contracting authority’s project. The video should include a popular person or animation.  **Task 2.3:** Under the implementation of this task should be published appropriate articles is the press. With the possibilities of "written" language and professionalism of journalists able to adapt and most complex matter in sufficiently interesting and attractive reading, the listener / viewer / reader will not only be oriented in the problem, but will get a clear idea it in depth, which will strengthen its activity, would provoke in him a desire for participation and change. If a whole range of printed publications will be included they will cover almost all socio-demographic groups.  **Task 2.4:** It is imperative to have published comprehensive information on the web, as this information is available on demand, which is not always characteristic of the media.  The youngest and the most active part of the population involved largely with environmental issues, waste collection and preservation of the environment is avid user of online information.  The online media are certainly the best place for news coverage that can constantly be updated and the growing number of organizations which spread online news for journalists or to subscribers of news services, is showing the popularity of the Internet environment for dissemination of news and information.  Most news agencies and published editions, and also broadcast radio and television media in the country have their own online version, some of them already exist only online. Thus, the broadcasted or printed material (via radio, TV or print media) is automatically published on the Internet and accessible for a longer period of time. Suitable for publication of materials and news online news agencies and media.  The internet site also have its place and role in the media campaign. The Contractor shall develop a national web site of the project. The site will be owned by the Contracting authority and after completion of the contract the Contractor must submit all codes and passwords. During the execution of this contract the Contractor must provide access to the administrative part of the web-site to the Expert "Organization and security" of EMEPA  The well measured and timely use of social networks, also gives opportunities for fast information broadcast and organizing events and campaigns, and sharing pictures as well.  As noted above, a web site is the perfect channel to rapidly changing news at the same time can provide easy access to additional general information published for an event. Usually the virtual pressroom includes copies of press releases posted on the website immediately after they exit with links to other relevant pages and even to external sites and also pictures if available so that in itself is enough eloquent.  The Contractor shall also provide the placement of banners of the project’s web-site on the web-sites of at least 5 producers of hazardous waste. The banners should have a link to the national web-site of the project.  **Task 2.5**: As part of the implementation of the National campaign the Contractor shall brand the mobile points for collection of hazardous household waste. They will 12 and will be purchased as part of the EMEPA’s project.  ***Main results of the activity***  National campaign must contain at least the following tasks:   * Broadcasting and launching a package of priority messages at the beginning of the campaign, according to p. 4 of theis Terms of reference, to focus the audience's attention to the objectives, acctivities and results of project "Research and development of pilot models for environmentally sound collection and temporary storage of hazardous domestic waste”; * Dissemination of specially crafted information materials - flyers /including electronic version / etc. especially among journalists working in media included in the national campaign, as well as experts in the field of ecology; * Development of thirty seconds advertising spot. * Participation of experts in information broadcasts with interviews, reports in the news on the radio; * Participation of experts in information broadcasts with interviews, reports in the news on television; * Publication of materials in the press; * Development of national web-site of the Contracting authority’s project. * Publish materials in Internet/online editions, websites of municipalities and EMEPA’s web-site; * Branding of 12 mobile collection points.   **3. Activity 3: Conducting Local campaign - Period for implementation - during the full period of realization of the project "Research and Development of Pilot models for environmentally friendly collection and temporary storage of hazardous household waste”.**  For the successful implementation of the project, the local campaign should cover all types of media, mainly through the provision of timely and accurate information.  The role of regional media for the local campaign is very important as it allows fast reaching of the messages to the target groups in the respective localities.  The municipal administration websites have a place to implement the local campaign. They can play an active role in the overall media strategy on several levels: as a main channel of communication; as a place to post the latest press releases and news; as a way of promoting of PR activities; as a repository for other forms of communication, such as electronic version of the special leaflet schedule and hours of the centers/sites etc., available for download. In front pages of the websites of municipalities, on visible and easily accessible location should be placed banners, containing a link to the national site of the EMEPA’s project.  The creation of virtual pressroom of the municipalities, with searchable database allows journalists to obtain additional information if explore a particular topic in depth. Email pages directly related to the press center also can provide possible constant contact, even outside working hours.  If the municipality already has or intends to create a 'virtual pressroom', it must maintain it as current and interactive, as well as the rest of the site to be truly useful and timely source of information. If managed effectively, virtual pressroom can be a valuable asset and a good website quickly became popular among journalists.  Although can - and should –be made efforts in guiding visitors to the web site, the municipalities largely depend on the audience, which itself looking information, unlike to the direct impact of a brochure or leaflet, which putted on appropriate location can be easily looked through and the information can be quickly absorbed. The best effect will be achieved by looking for ways to connect the Internet site with other promotional activities and encouraging citizens to visit and learn more.  Sending press releases is correct and successful way to generate media interest and coverage.  Local campaign - for each pilot municipality in the project must consist of a minimum of:   * Dissemination of specially crafted information materials - flyers (including electronic version) etc. before each event; * Launching priority messages and materials in regional TV operators. * Send a press release to selected media participation before each event; * Participation of experts in information broadcasts with interviews, reports in the news on the radio when possible and as part of an overall campaign eco (eg. spring cleaning etc.); * Publication of materials in the press; * Publish materials in Internet / online editions, websites of municipalities, site of the EMEPA; * Conduct meetings with various population groups for imlementation of awareness campaign that includes information for the objectives and activities of the project and also the benefits from its realization, the meaning of signs of danger on the product packaging and generation of hazardous waste.   **4. Quantitative indicators on tasks:**  Quantitative indicators to be achieved during the execution of this contract are divided into tasks.  *For Activity 1*   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **№** | **Name of the task** | **Unit** | **Quantity** | | **1** | Developed logo and slogan of the campaign. | Logo  Slogan | 1  1 | | 2 | Development of a Program to implement the awareness of the population included media strategy and implementation of preparation campaign. | Developed program | 1 |   *For Activity 1 – for one pilot center*   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **№** | **Name of the task** | **Unit** | **Quantity** | | 1 | Producing and printing an information leaflet /including electronic version/ - A5, folded format, minimum of 6 pages, paper 150 g. Offset, gloss, full coloured. | number | 1000 | | 2 | Produce and print banner to designate Mobile point - type roller banner; full coloured; portrait size 2000 x 800 mm.; scheme of construction - aluminium folding vinyl material; bag/pouch transfer banners. | number | 3 for a big and  2 for a small pilot centеr | | 3 | Produce and print banner for stationary platform - type roller banner; full-coloured; portrait size 2000 x 800 mm; scheme of construction - aluminium folding vinyl material; bag / pouch transfer banners. | number | 1 | | 4 | Production of permanent information billboard to indicate the pilot center - 300/200 cm, lightweight construction with two supporting pillars and ground clearance maximum 150 cm from the bottom of the frame; material - sheet metal, Plexiglas, comatex or similar, weatherproof, full colour. | number | 1 | | 5 | Production of souvenirs / baseball cap / - Material: 100% cotton, branded with full-coloured logo and inscriptions. | number | 100 | | 6 | Development of promotional gifts (cup mug type) - porcelain, min. 250 ml., Full-colour printing (with inscription and full-coloured logos). | number | 50 | | 7 | Production of souvenirs /eco bag/ - fabric, colour printing (with inscription and Full-colour logos). | number | 50 | | 8 | Production of souvenirs /eco pen/ - plastic colour printing (with inscription and full-coloured logos). | number | 50 | | 9 | Production of souvenirs /eco notebook + pen/ - Notebook A5 spiral, min. 200 p., Paperback of thick paper/ cardboard (with full-coloured lettering and logos on the covers and lettering and full-coloured logos on every page). Pen - metal (laser engraved with lettering and full-coloured logos) | number | 50 |   *For Activity 2*   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **№** | **Name of the activity** | **Unit** | **Quantity** | | **1** | Direct participation of media expert in maintaining communication with the media throughout the project. | | | | **2** | Broadcasting and launching a package of priority messages in the national public or commercial radios. | number | 40 | | **3** | Broadcasting and launching a package of priority messages in the national media (national TV channels and at least one national TV channel with terrestrial digital broadcasting) up to1 min in prime time or unlimited at other time periods.  Not less than 5 paid reportages. | number | 5 | | **4** | Participation in information broadcasts and coverage in news on the radio - advertising interview/reportage - not less than 5 paid reportage (for each pilot center). | number | 5 | | **5** | Participation in information broadcasts and coverage in news on national and at least one national TV channel with terrestrial digital broadcasting. Not less than 5 paid reportage (for each pilot center). | number | 5 | | **6** | Publication of paid media coverage - in 3 national dailies. | publication | 3 | | **7** | Publication of paid materials in Internet / online editions - total budget | campaign | 1 | | **8** | Advertising in social media | campaign | 1 | | **9** | PR articles in appropriate journals /in ecology and others/. | number | 1 | | **10** | Advertising in appropriate environmental, agricultural and etc. magazines. | number | 1 | | **11** | Elaboration of 30 seconds advertising spot. | number | 1 | | **12** | Development of national web-site of the project. | number | 1 | | **13** | Branding of the mobile collection points for collection of hazardous household waste. | number | 12 | | **14** | Positioning of banners of the project’s web-site on the web-sites of manufacturers of hazardous household waste. | number | 5 |   *For Activity 3*  The quantitative indicators in the following table are valid for 1 pilot center and the Tenderers in preparing their offers should bear in mind that they have to execute them for each of the five centers.   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | **№** | **Name of the activity** | **Unit** | **Quantity** | | 1 | Broadcasting and launching a package of priority messages in the local media /radio/ | number | 20 | | 2 | Broadcasting and launching a package of priority messages in the local media /TV / | number | 20 | | 3 | Participation in information broadcasts, reportages and coverage in the news of local radio stations. | number | 5 | | 4 | Participation in information broadcasts and coverage in news of the local television operators | number | 5 | | 5 | Publication of articles in the local press releases | number | 10 | | 6 | Updating the website of the municipality with a "virtual pressroom”, elaboration of page in a social network and regular publication of materials | year | 1 | | 7 | Meetings, information and awareness campaigns | number | 10 |   All materials, products and media are subject to prior approval by the Contracting Authority and the press-office of the MoEW. For this purpose the contractor must propose at least 3 optins vie e-mail to the responsible for the contract expert from the EMEPA administration.  **All provided materials and publications must contain: the logo all other visualisation elements of the Bulgarian-Swiss Cooperation Programme, as well as text: "*The project is implemented with the financial support of Switzerland under the Swiss contribution to the enlarged European Union*”.**  **During all information events it should be pointed out that the project is financed by the Bulgarian-Swiss Cooperation Programme as well as the appropriate banners for this purpose to be placed.**  **EMEPA of its webpage will create a link to the national web-site of the project and will update the information (general information about the project is placed also on the page of the respective municipality).**  **III. EXPERT COMPOSITION**  For the implementation of this contract the tenderer should propose in its offer key experts, to implement the activities covered by the contract. The requirements for the experts are specified in detail in these Terms of reference for implementation of the contract.  Each tenderer must have staff of qualified persons, including at least the experts set out below:   * ***Team Leader (E1) –*** to have obtained Masters degree in Law or Economics related specialty or in the field of the Advertisement, Journalism or equivalent for the foreign participants; * To have experience in the obtained specialty, which is at least 4 (four) years in which he had participated as "Team Leader" in the implementation activity/ies or service/s for media/information campaign or media or information coverage of event/activity.   Main responsibilities:   * responsible for the effective and quality management and execution of the contract as manage the implementation of activities; * organize and coordinate the overall activities of the team performing the contract; * contact with authorities and institutions involved in the implementation of this contract and the project as a whole in terms of media coverage and awareness; * organize and coordinate the implementation of the provisions of the Contracting Authority; * coordinate the different tasks in the implementation of activities under the contract; * prepare reports subject to the public procurement contract; * in detecting/reporting of an irregularity or suspected irregularity, or fraud of any stage of implementation of this contract and the project he must report to thet to the Contracting authority - EMEPA. * ***Expert “Graphic Design” (E2)*** - to have obtained Bachelors degree in “Graphic design”, “Web design”, “Visual communication” or equivalent of the indicated for the foreign tenderers; * To have experience in the obtained specialty, which is at least 3 (three) years, in which he/she had participated in the implementation of activity/service for media/information campaign or media or information coverage of event/activity. During its participation in these specific activities/services the expert must necessarily performed tasks related to "Graphic" or "Web" design or equivalent.   Main responsibilities:   * Responsible for graphics visualization of the project; * Responsible for the design of materials made in the implementation of the contract; * Participates in coordination meetings; * Participate in the preparation of the media and communication strategy; * Participates directly in the execution of project activities; * In detecting/reporting of an irregularity or suspected irregularity, or fraud of any stage of implementation of this contract and the project he must report to the Contracting authority - EMEPA. * ***Expert "PR/media expert" – National campaign (E3) -*** to have obtained Bachelors degree in “Public relations” or specialty in the field of “Journalism” or “Advertisement” or equivalent of the indicated for the foreign tenderers. * To have experience in the obtained specialty, which is at least 3 (three) years in which he/she had participated in the implementation of nationwide activity/service for media/information campaign and/or advertisement and/or media or information coverage of event/activity.   Main responsibilities:   * Responsible for media relations; * Participates in the organization of different types of public events and actions in the implementation of activities under the contract; * Participates in the design of materials made in the implementation of the contract; * Participates in coordination meetings; * Participates directly in the development of media and communication strategy and is responsible for its implementation; * Participates directly in the execution of project activities; * in detecting/reporting of an irregularity or suspected irregularity, or fraud of any stage of implementation of this contract and the project he must report to the to the Contracting authority - EMEPA. * "***Expert" Public relations/media expert" – Local campaign (E4) -*** to have obtained Bachelors degree in “Public relations” or specialty in the field of “Journalism”, “Advertisement”, “Marketing” or equivalent of the indicated for the foreign tenderers. * To have experience in the obtained specialty, which is at least 3 (three) years in which he/she had participated in the implementation of local or nationwide activity/service for media/information campaign and/or advertisement and/or media or information coverage of event/activity.   Main responsibilities:   * Responsible for media relations; * Participates in the organization of different types of public events and actions in the implementation of activities under the contract; * Participates in the design of materials made in the implementation of the contract; * Participates in coordination meetings; * Participates directly in the development of media and communication strategy and is responsible for its implementation; * Participates directly in the execution of project activities; * in detecting/reporting of an irregularity or suspected irregularity, or fraud of any stage of implementation of this contract and the project he must report to the to the Contracting authority - EMEPA. * ***"Expert "Internet and social networks"(E5) -*** to have obtained Bachelor degree in the field of computer or information technologies or equivalent of the indicated for the foreign participants***.*** * To have experience in the obtained specialty, which is at least 3 (three) years, in which he/she had participated in the implementation of activity/service for media/information campaign and/or advertisement and/or media or information coverage of event/activity. During its participation in these activities/services the expert must have implemented tasks related to work with “Internet” and/or “Social networks” or equivalent.   Main responsibilities:   * Responsible for project promotion on the web and social networks; * Participates in the organization of different types of public events and activities in the implementation of activities under the contract; * Participates in the design of materials made in the implementation of the contract; * Participates in coordination meetings; * Participate in the preparation of media and communication strategy and media expert support for its implementation; * Participates directly in the execution of project activities; * In detecting/reporting of an irregularity or suspected irregularity, or fraud of any stage of implementation of this contract and the project he must report to the to the Contracting authority - EMEPA. * ***"Expert "Photographer"(E6) -*** to have obtained secondary education in the field of photographic art or equivalent of the indicated for the foreign participants***.*** * To have experience in the obtained specialty, which is at least 3 (three) years in which he/she had participated in the implementation of activity/service for media/information campaign and/or advertisement and/or media or information coverage of event/activity. During its participation in these activities/services the expert must have implemented tasks related to photographing and/or filming.   Main responsibilities:   * Participates in the organization of different types of public events and activities in the implementation of activities under the contract; * Captures/photographs with digital gadget the different types of public events and activities in the implementation of activities under the contract; * Participates in the design of materials made in the implementation of the contract; * Participates in coordination meetings; * Participates in the preparation of media and communication strategy and media experts to assist its implementation; * Participates directly in the execution of project activities; * In detecting/reporting of an irregularity or suspected irregularity, or fraud of any stage of implementation of this contract and the project he must report to the to the Contracting authority - EMEPA.   The Contracting Authority exalts the organization, professional competence and experience of key experts, which will be entrusted with the implementation of the contract, in an indicator included in the evaluation criteria of the offer pursuant to Art. 70, para. 2 pt. 3 and par. 4 pt. 2 of the PPL. For this reason in the Technical proposal, the tenderer shall submit information and evidence on the organization and the team to perform the contract and they will be evaluated according to the indicators and sub-indicators defined in the methodology for comprehensive evaluation of offers. The documents on key personnel form part of the offer and will be evaluated after a preliminary selection under Art. 104, para. 1 of PPL.  The tenderer may provide other experts as members of the team to perform the contract. Qualifications and experience of these additional experts will be subject to evaluation by the Employer. However, the structuring of the project team, the allocation of roles and responsibilities, and organization of work of the staff are elements of the technical bid, which should be evaluated in accordance with the adopted by the Contracting Authority methodology for integrated assessment.  Replace of the specified in the tenderer’s offer key experts will be allowed only in unforeseen circumstances referred to in paragraph 2 pt. 27 of the Additional Provisions of the law. In such cases, the Contractor shall submit a new expert with qualifications and experience equivalent to those of the replacement expert.  The Contractor must provide for its own expense suitable workplaces for performing the duties of key experts and also all necessary equipment and furnishings for this purpose.  **IV. DEADLINE**  The deadline for implementation of this contract is until 07.12.2019 from the date of its the official sign.  The implementation period is within the deadline for implementation of project "Research and Development of Pilot models for environmentally friendly collection and temporary storage of hazardous household waste".  **The implementation period** of Activity 1: “Development of a program to implement the awareness of the population with included media strategy and preliminary preparation of the campaign” is up to one month from the date of contract sign.  **The implementation period of** Activity 2: “Conducting a National campaign” is during the full implementation period of project "Research and Development of Pilot models for environmentally friendly collection and temporary storage of hazardous household waste"  **The implementation period of Activity 3:** “Conducting Local campaign” is during the full implementation period of project "Research and Development of Pilot models for environmentally friendly collection and temporary storage of hazardous household waste"  **V. REPORTING**  For fulfilment of its obligations under this contract, the selected contractor shall prepare and submit to the Contracting Authority reports by which recognizes the work as follows:   * Inception report; * First Interim report; * Second Interim report; * Final report.   The Inception report is prepared by the contractor and submitted to the contracting authority for approval within 10 (ten) days from the date of signing of this contract. Inception report contains a minimum:  a) general information (content and scope of the report; a description of the starting situation; activities involved in performance of the contract (team of the contractor) and others.);  b) set indicators of outputs and results;  c) detailed linear-time schedule planned tasks and activities in the implementation of activities;  d) other information at the discretion of the contractor.  **The First interim report is** prepared by the Contractor and submitted to the Contracting Authority for approval by 31 January 2019 taking into account the work done since the beginning of the contract up to 31.12.2018 Interim Report contains a minimum:  a) an analysis of the obligations of the Contractor under this contract for the period;  b) a description of the Contractor's staff input as human resource for implementation of the reporting period with a description of the activity;  c) a description of the difficulties encountered during the reporting period regarding the contract and the measures taken to address them;  d) a statement of the administration of the contract - conducted meetings, records, correspondence and other;  e) opinions and reports upon request submitted by the Contractor during the reporting period;  f) the proposed tasks and activities for the next reporting period and the participation of key experts, broken down by responsibilities over time;  g) existing problems and proposals for solving them;  h) future activities;  i) anticipated problems and necessary measures;  k) summary of progress;  l) other information needed at the discretion of the Contractor.  **The Second Interim Report** is prepared by the Contractor and submitted to the Contracting Authority for the approval by 31 July 2019 taking into account the work done in the period 01.01.2019- 30.06.2019. The Second Interim Report contains a minimum:  a) an analysis of the obligations of the Contractor under this contract for the period;  b) a description of the Contractor's staff input as human resource for implementation of the reporting period with a description of the activity;  c) a description of the difficulties encountered during the reporting period regarding the contract and the measures taken to address them;  d) report on the implementation of the contract - conducted meetings, records, correspondence, media appearances, execution of campaigns and others;  e) opinions and reports upon request submitted by the Contractor during the reporting period;  f) the proposed tasks and activities for the next reporting period and the participation of key experts, broken down by responsibilities over time;  g) existing problems and proposals for solving them;  h) future activities;  i) anticipated problems and necessary measures;  k) summary of progress;  l) other information needed at the discretion of the contractor.  **The final report** prepared by the Contractor and passed to the Contracting Authority for approval within 15 (fifteen) calendar days before the deadline for execution of the contract. The final report includes at least:  a) an analysis of the obligations of the contractor for the final period and a summary of the performance for the entire contract period;  b) a description of the Contractor's staff input as human resource performance for the period and a summary of staff input for the entire period of the contract;  c) a description of the difficulties and the measures taken for their elimination in relation to the performance of the reporting period and a summary of the difficulties and the measures taken for the entire period of the contract;  d) a statement of the administration of the contract - conducted meetings, records, correspondence and other during the reporting period;  e) report on the activities carried out under this contract for the period of its implementation - achieved results, results analysis and indicating the result indicators;  f) a summary requested by the Contracting Authority and provided by CONTRACTOR views on specific issues from the overall performance of the contract;  g) financial report covering this contract.  h) changes throughout the period of implementation;  i) a summary of the issues and measures taken to overcome them;  k) indicators of overall performance;  l) Key conclusions and recommendations;  m) other information at the discretion of CONTRACTOR.  The Contractor shall prepare and special reports requested by the Contracting Authority on urgent issues or topics that require further clarification or opinion. They should contain information relevant to questions from Contracting Authority request for clarification or reference.  The Contractor shall prepare documents related to the current performance of this contract, recorded, meetings, workshops, briefings and others. At the request of information by the Contracting Authority, the contractor technical assistance and other prepare and submit the requested information.  The Reports must be submitted in 2 (two) paper copies and one (1) copy in electronic format – CD. The CD copy must contain scanned version format "pdf" of the original report with signature and stamp. The content of the electronic copy must comply fully with the paper copy.  The reports are drafted and signed by the expert "Team leader" and agreed with the signature of an official representative of the Contractor and also with the official stamp of the CONTRACTOR!  Contracting Authority consideres the submittedReport and approves it within 5 (five) working days after its receipt withNotification Letter to the Contractor.  In case of established comments/remarks/errors/inconsistencies in the report,the Contracting Authority with a Notification letter within 5 working days sends them to the Contractor for applying of the appropriate adjustments and corrections in the Report, the The Contractor has a period of 5 (five) working days for adjustment of the Report, then the same is transmitted to the Contracting authority for approval.  The Contracting Authority approves the submitted by the contractor corrected report only if allestablished comments/remarks/errors/discrepancies are reflected and adjusted fully.  VІ. ADOPTION OF THE IMPLEMENTATION OF THE CONTRACT  The implementation of each of the activities covered by this contract shall be certified as implemented with Protocols which include also approval of the particular Reports submitted by CONTRACTOR.  **VII. WORKING LANGUGE**  The working language in the performance of this contract is the Bulgarian language. CONTRACTOR shall prepare and submit at it own expense all documents in Bulgarian and English.  The Reports and all protocols, written correspondence, statements, letters, etc., prepared by the Contractor for the purpose of implementation of the contract and handed over to Contracting authority must be both on Bulgarian language and in English.  As for the above, the selected Contractor should bear in mind that the documents in electronic format CD must also be in Bulgarian language and English.  The documents required in more than 1 /one/ copy in Bulgarian language in hard copy, must be presented only in 1 /one/ copy translated into English on paper. The same condition is also applicable to the content required for electronic media - CD. |