



РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ
МИНИСТЕРСТВО НА ТРАНСПОРТА,
ИНФОРМАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ И СЪОБЩЕНИЯТА

ул. "Дякон Игнатий" № 9, София 1000
тел.: (+359 2) 940 9771
факс: (+359 2) 988 5094

mail: @mtitc.government.bg
www.mtitc.government.bg

ДО



Относно: *разяснения по Документация за участие в открита процедура за възлагане на обществена поръчка с предмет „Публикуване на материали в печатни издания във връзка с изпълнението и популяризирането на Оперативна програма „Транспорт“ 2007-2013 г. ”*

УВАЖАЕМИ ГОСПОЖИ И ГОСПОДА,

Във връзка с разпоредбата на Раздел VI. „Получаване на информация от участниците през периода на подготовката на офертите” от Документацията за участие в откритата процедура за възлагане на обществена поръчка с предмет „Публикуване на материали в печатни издания във връзка с изпълнението и популяризирането на Оперативна програма „Транспорт“ 2007-2013 г.” (Документацията за участие) и на основание чл. 29 от Закона за обществените поръчки, давам следните *разяснения по Документацията за участие по постъпили въпроси, възникнали в хода на процедурата:*

Въпрос 1:

Задължително ли е да се ползват всички печатни издания от посочения в документацията „Примерен списък”?

Отговор 1:

В т. 3.5.4. Възложителят е описал минималният брой медийни канали на национално и регионално ниво, а в т. 4 е списъкът с изданията, които Възложителят счита за релевантни за постигане целите на кампанията. Участникът трябва да има предвид, че съгласно т. 1.3 от критериите за оценка, всяка оферта ще се оценява и в зависимост от „качество и изчерпателност при изпълнението на поръчката (**брой, вид и актуалност на печатните издания**)”.

Въпрос 2:

Правилно ли тълкуваме, че не е необходимо да се прави обосновка на изданията от „Примерния списък”, а само на тези, които участникът предлага в офертата си извън „Примерния списък”?

Отговор 2:

В т. 4 от Документацията е даден примерният списък на печатните издания, а в т. XII „Методика и критерии за оценка на офертите”, т.1.3.3 е написано „Обхванати са всички по-важни печатни издания, като причината за избора на тези, които попадат **в предложения от участника списък е отлично аргументиран и обоснован.**”, с което става ясно, че трябва да бъдат обосновани медийните канали, които Участникът е избрал, включително и допълнително предложените от него (ако има такива) и защо според него те са най-подходящи за провеждане на кампанията. В случай, че Участникът е предложил да проведе кампанията във всички, изброени от Възложителя издания, той трябва да аргументира само разпределението на публикациите в тях.

Въпрос 3:

В Техническото задание, точка 6.2 е посочено, че медиите и публикациите следва да осигурят „еднаква тежест при всеки тип печатна медия”. Моля за пояснение какво Възложителят има предвид „под еднаква тежест”: равен брой на публикациите с рекламни карета и информационни материали, равен размер на публикациите, съотношение рекламно каре/информационен/експертен материал, брой избрани издания?

Отговор 3:

В т. 6.2 е обяснено че „тъй като публикациите обхващат много и различни по начин на достигане до аудиторията печатни медии, трябва да бъдат подбрани медии и начин на публикация в съответното печатно издание, които да осигурят еднаква тежест при всеки тип печатна медия”. Това условие е поставено, за да се постигне баланс между медийните канали, избрани от Участника за провеждане на информационната кампания, **а да не се дава превес на едно издание за сметка на всички останали.**

Въпрос 4:

Точка 6.3 подточка А) е посочено, че изпълнителят следва да обоснове избора на печатното издание, което е допълнително предложено от участника извън списъка по точка 4 от Техническата спецификация. Означава ли това, че примерният списък по т. 4 е задължителен и изпълнителят трябва да включи всички посочени медии в предложението си?

Отговор 4:

Моля, вижте отговора на Въпрос 1.

Въпрос 5:

В методиката на оценяване, точка 1.3 „Качество и изчерпателност при изпълнение на поръчката, предмет на оценка с обхватът на публикации и по-конкретно броят печатни медии и наситеност на публикациите в тях, които се доближават или „значително надхвърлят броя публикации в печатни издания” посочени в Техническото задание. В техническото задание има списък с печатни издания, но никъде не е посочено изискване за минимален брой публикации. Моля да поясните какъв е минималният брой публикации, които изпълнителят следва да включи в своето предложение?

Отговор 5:

В т.3.5.4. Възложителят е представил минималния брой медийни канали, които са отправна точка за минималния брой публикации, като се има предвид, че публикациите трябва да отговарят и на всички други условия в Техническото задание.

Също така Възложителят е поставил изискване за минимален размер на информационните материали, а при разработването на медиен план, Участникът следва да се съобрази с т. 3.3. съгласно, която „За изпълнението на предмета на поръчката Изпълнителят е длъжен да осигури най-големия възможен брой публикации и експертни и информационни статии за Оперативна програма „Транспорт” 2007-2013 г.”.

Въпрос 6:

С оглед изискването за планиране на темите на публикациите и съвместяване по дати и типове медии, моля за информация откъде можем да получим индикативен план за изпълнение на Програмата за 2012 – 2013 г., за да можем да направим разпределение съгласно актуалните проекти и времеви график за изпълнението им?

На интернет страницата на Програмата намираме индикативен план за 2011 г., но не виждаме данни за предстоящия програмен период до 2013 г. Можем ли да получим информация за това или данните от последния доклад?

Отговор 6:

На интернет страницата на Оперативна програма „Транспорт” 2007-2013 са публикувани всички проекти, които са включени в нейния обхват както и бенефициентите ѝ. Също така всяко стартиране на тръжна процедура, отваряне на оферти, стартиране на проект и др. се публикуват своевременно на интернет страницата на Оперативна програма „Транспорт” 2007-2013 г. с допълнителна информация относно сроковете и спецификата на дадения проект. Ежегодно се публикува и индикативна работна програма до края на съответната година. Възложителят счита, че тази информация е достатъчна за отправна точка при подготовката на медийния план.

Също така следва да се има предвид, че съгласно т. 3.5.8. за примерните насоки при подготовка на информационни материали „Основни опорни точки ще бъдат съответни мерки по Оперативна програма „Транспорт” 2007-2013 г., **интерпретирани в зависимост от техния дневен ред, динамика и поставените комуникационни цели**”.

Въпрос 7:

В документа Обявление на стр. 4 т. II т. 2.2.2. се изисква изработване на рекламни каре в три работни варианта. Кога трябва да се изработят 3-те варианта - за 12.09 (при подаване на документите), или само избраната агенция ще трябва да разработи три варианта?

Отговор 7:

Моля, забележете, че съгласно критериите за оценка на техническата спецификация, т. 1.2. Формат, съдържание и разположение на публикациите, участникът има средно съответствие, когато е предложен е **визуален формат (дизайн)** при изпълнението на поръчката който представя необходимата информацията в подходящ и приемлив за целевите групи вид. Участникът получава отлично съответствие, когато е предложена **форма** и съдържание за изпълнение на поръчката, надхвърлящи по качество изискванията в Техническото задание, като

допълнителните компоненти са добавени аргументирано. Предложен е дизайн на изпълнението на поръчката, който представя информацията добре структурирано, пълноценно и в удобен за ползване от целевите групи вид. Извършено е много добро съчетаване и съвместяване по дати и теми на публикациите в националните и регионалните печатни издания.

Въпрос 8:

Колко различни дизайна за рекламни карета ще трябва да бъдат разработени през целия период на договора?

Отговор 8:

Дизайна и вариантите на рекламните карета трябва да бъдат съобразени с изискванията на Възложителя и зависят от изработения медиен план и одобрения работен график.

На основание чл. 29, ал. 2 от Закона за обществените поръчки, настоящите разяснения се прилагат към документацията и стават неразделна част от нея.

С уважение,
За Възложител

Иван Марков
Главен секретар на
Министерството на транспорта,
информационните технологии и съобщенията

