

ТЕХНИЧЕСКИ СПЕЦИФИКАЦИИ

Целта на **втория етап** от изпълнението на Комуникационния план на ОПАК е да затвърди резултатите, постигнати по време на първоначалната кампания. Това ще подпомогне устойчивото усвояване на средствата от ЕСФ чрез привличане на възможно най-много добри проекти. Ще се осигурява постоянен приток на информация към целевите групи и ще се поддържа техният интерес към темата. Това е и периодът, когато вече има реални резултати от осъществени по ОПАК проекти. Те ще служат като пример за добри практики в усвояването на средствата от ЕСФ.

Процесът на информиране и комуникация ще бъде обвързан с процеса на изготвяне на Годишните планове за изпълнение на ОПАК, както и с резултатите от мониторинга. Така комуникационните мерки ще могат да бъдат насочвани в онези области и към онези целеви групи, които са приоритетни през съответния период. Същевременно това ще позволи да се реагира адекватно на настъпили внезапни промени в средата и на новопоявили се информационни потребности.

Изпълнението на II-рия етап от Комуникационния план на ОПАК включва следните дейности, разделени в две обособени позиции:

ОБОСОБЕНА ПОЗИЦИЯ 1 : „ПРОВЕЖДАНЕ НА ЦЯЛОСТНА МЕДИЙНА, РЕКЛАМНА, ИНФОРМАЦИОННА И ИНТЕРНЕТ КАМПАНИЯ И КООРДИНАЦИЯ И НАБЛЮДЕНИЕ НА ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА КОМУНИКАЦИОННИЯ ПЛАН”

1. Провеждане на цялостна медийна кампания чрез:

- 1.1. Медиапланиране;
- 1.2. Изготвяне и разпространение на материали за медиите относно осъществяването на дейностите – прессъобщения, интервюта, статии, платени обяви и съобщения:
 - 1.2.1. Изработване, съгласуване и разпространяване на прессъобщения – минимум 10 броя за година;
 - 1.2.2. Разработване, съгласуване и публикуване на платени съобщения в електронни медии и преса – минимум 5 броя за година;
 - 1.2.3. Брой медии, които са публикували/излъчили материали за организирани събития – минимум 20 броя за година;
 - 1.2.4. Брой публикации в пресата, телевизионни и радиоизлъчвания относно ОПАК – минимум 30 броя за година;
- 1.3. Осигуряване на необходимото медийно покритие в рамките на срока на изпълнение на поръчката;
- 1.4. Осигуряване медийното отразяване на събитията по точка 8 и 11 от настоящите технически спецификации.

2. Провеждане на цялостна Интернет кампания чрез:

2.1. Постоянно обновяване, поддържане и развитие на интернет сайта на ОПАК (цялостно администриране и техническо обезпечаване на сайта, разработване на нови модули и функционалности, актуализиране на съдържанието) за периода на изпълнение на поръчката, включително и английската версия на сайта;

2.2. Изработване на 2 броя нови банери за всяка от годините на изпълнение на поръчката и разпространение на разработените банери по заглавни страници на водещи интернет сайтове – минимум 1 000 000 броя импресии на година.

3. Провеждане на цялостна рекламна кампания чрез:

3.1. Изработване, съгласуване и публикуване на рекламни прес карета – минимум 6 броя за година;

3.2. Дизайн, съгласуване, изработване и разпространение на различни видове рекламни материали.

3.3. Осигуряване на работни консултативи, работни документи и рекламни материали за събитията по точка 8, 9, 10 и 11 от настоящите технически спецификации.

Работният език на събитията по точка 8, 9, 10 и 11 от настоящите технически спецификации е българският език. Превод от и на английски език на работните документи, се осигурява когато е необходимо, за да даде възможност за пълноценно участие на представителите на други страни от ЕС. Работната програма на мероприятията и съпътстващите ги материали (презентации, работни консултативи, работни документи и рекламни материали) трябва да бъдат налични в съответния брой копия, съгласно броя на участниците във всяко от мероприятията.

4. Подготовка и разпространение на аудио-визуални материали.

4.1. Електронни медии:

4.1.1. Разработване на рекламен клип с продължителност до 30 секунди;

4.1.2. Координиране и съгласуване с Възложителя;

4.1.3. Излъчване на рекламния клип;

4.1.4. Разработване на информационен радиоспот с продължителност до 30 секунди;

4.1.5. Координиране и съгласуване с Възложителя;

4.1.6. Излъчване на радиоспота.

4.2. Общ брой излъчвания на рекламния клип и радиоспота в популярни телевизионни канали и радиостанции – минимум 100 броя за година.

С оглед характера на целевите групи на ОПАК, голяма част от които са на регионално ниво (областни и общински администрации, регионалните структури на съдебната власт и на гражданското общество) следва да бъде отделено специално внимание на регионалните телевизионни канали и радиостанции, които срещат добър прием сред аудиториите по места и се ползват с доверие сред местната публика.

5. Подготовка и разпространение на печатни информационни материали.

5.1. Брошури – формат А5, брой страници – 12 страници, брой брошури за година - 2000 броя;

5.2. Наръчници – формат А5, брой страници – 25 страници, брой наръчници за година – 1000 броя;

5.3. Ръководства – формат А4, брой страници – 50 страници, брой ръководства за година – 1000 броя;

5.4. Листовки – формат А5, брой листовки за една година - 2000 броя.

Всички печатни материали трябва да бъдат съгласно изискванията към мерките за информация и публичност – „Задължения на бенефициентите за осигуряване на информация и публичност”.

6. Координация и наблюдение на изпълнението на комуникационния план.

6.1. Спазване на изискванията за законосъобразност при изпълнение на дейностите, предмет на обществената поръчка;

6.2. Финансово и счетоводно управление при изпълнение на дейностите, предмет на обществената поръчка;

6.3. Медиамониторинг;

6.4. Изработване на пресклипинги – 1 брой за всеки месец;

6.5. Контент анализ на клипингите;

6.6. Контрол при изпълнението на медиа плановете;

6.7. Социологически проучвания – 10 броя за целия период на изпълнение на поръчката;

6.8. Подготовка на отчети и доклади.

7. Подготовка, издаване и разпространение на Електронен бюлетин.

Общ брой бюлетини, изпратени по електронна поща – 4 броя за година.

ОБОСОБЕНА ПОЗИЦИЯ 2: „ОРГАНИЗИРАНЕ И ПРОВЕЖДАНЕ НА ПУБЛИЧНИ СЪБИТИЯ – ДИСКУСИОННИ ФОРУМИ, ИНФОРМАЦИОННИ ДНИ, ОБУЧИТЕЛНИ СЕМИНАРИ И ИНФОРМАЦИОННИ СЪБИТИЯ”

1. Организиране и провеждане на дискуссионни форуми – пресконференции, конференции, кръгли маси, включително логистика и пълно техническо обезпечаване на събитията.

Дискусионните форуми дават възможност за тематични анализи, обсъждане на въпроси и предизвикателства, възникнали в хода на изпълнението на ОПАК, за обмяна на различни гледни точки и задълбочен диалог между представители на целевите групи. Тези форуми ще бъдат посветени на отделни теми и аспекти на ОПАК, на тях ще се представят добри практики от България и ЕС и в дискусиите могат да бъдат привлечени специалисти от различни страни-членки на ЕС, представители съответно на държавната администрация, съдебната система и гражданския сектор.

УО на ОПАК ще събира и обобщава възникналите в хода на дискусиите идеи и предложения, за да информира за тях своите бенефициенти и така да ги насърчава в работата им по кандидатстването с проекти.

При организирането на информационни и дискусии форуми специално внимание следва да се отделя на **получаването на обратна връзка от бенефициентите**, като за целта се изготвя анкетна карта, която се попълва от участниците във всяко събитие.

Изисква се Изпълнителят да организира по средно 4 пресконференции и по 2 кръгли маси за всяка от годините на изпълнение на поръчката.

8.1. Целеви групи:

8.1.1. Потенциални бенефициенти на ОПАК:

- Държавната администрация на централно, областно и общинско ниво;
- Органите на съдебната власт;
- Структурите на гражданското общество (социално-икономическите партньори: представителни организации на работодатели на национално ниво и представителни организации на работници и служители на национално ниво, други неправителствени организации);

8.1.2. Конкретните бенефициенти на ОПАК;

8.1.3. Бенефициенти на ОПАК, които изпълняват проекти;

8.1.4. Медии.

8.2. Очаквани резултати:

8.2.1. Привличане на обществен интерес и повишаване на обществената информираност за обхвата, целите и резултатите от ОПАК, финансирана чрез ЕСФ;

8.2.2. Осигуряване на прозрачност при усвояването на средствата от СФ;

8.2.3. Ефективна обратна връзка на целевата група с УО на ОПАК.

8.2.4. Популяризиране на добри практики.

8.3. Параметри на пресконференциите:

8.3.1. Продължителност: до 4 часа;

8.3.2. Максимален брой участници: 50 участници;

8.3.3. Осигуряване престоя на чуждестранните гости в България (5-ма чуждестрани гости по 2 нощувки);

8.3.4. Наем на зала и стандартно оборудване (микрофони, екран, мултимедия, лаптоп, флип чарт);

- 8.3.5. Категория на хотела: категория хотел: за София – минимум 4 звезди или еквивалентно; за населени места извън София – минимум 3 звезди или еквивалентно;
- 8.3.6. Осигуряване на симултанен превод от и на английски език;
- 8.3.7. Отпечатване на анкетни карти за получаване на обратна връзка от участниците в пресконференцията по образец, предоставен от Възложителя;
- 8.3.8. Осигуряване на кетъринг за събитието.

8.4. Параметри на кръглите маси:

- 8.4.1. Продължителност: до 1,5 дни;
- 8.4.2. Максимален брой участници: 50 участници;
- 8.4.3. Осигуряване престоя на чуждестранните гости в България (5-ма чуждестрани гости по 2 нощувки);
- 8.4.4. Осигуряване престоя на гостите от страната (по 2 нощувки);
- 8.4.5. Наем на зала и стандартно оборудване (микрофони, екран, мултимедия, лаптоп, флип чарт);
- 8.4.6. Категория на хотела: категория хотел: за София – минимум 4 звезди или еквивалентно; за населени места извън София – минимум 3 звезди или еквивалентно;
- 8.4.7. Осигуряване на симултанен превод от и на английски език;
- 8.4.8. Отпечатване на анкетни карти за получаване на обратна връзка от участниците в кръглата маса по образец, предоставен от Възложителя;
- 8.4.9. 3 бр. кафе-паузи;
- 8.4.10. 2 бр. обяд /тип бюфет/;
- 8.4.11. 1 бр. официална вечеря.

9. Организиране и провеждане на информационни дни във всеки регион за планиране за всяка една процедура за подбор на проекти за запознаване с механизмите на кандидатстване, включително логистика и техническо обезпечаване на събитията.

Добро средство за комуникация са информационните дни, които позволяват среща на експертите на УО с максимално широк кръг от бенефициенти. Информационните дни се организират, за да се оповестят новите покани за подаване на проектни предложения за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ и да се осигури тяхната прозрачност, като се обясни на потенциалните бенефициенти всичко, което трябва да знаят за процеса на кандидатстване. Това е добро средство както за привличане на интереса на заинтересованите страни, така и за насърчаване на кандидатстването с проектни идеи. Участниците в информационните дни имат възможност да задават въпроси на експертите от УО, като въпросите и отговорите се публикуват на интернет страницата на ОПАК.

За всяка процедура на подбор на проекти се организира минимум по един информационен ден във всеки регион за планиране.

За всяка процедура за директно предоставяне се организира по един информационен ден.

Минималният брой процедури за всяка година е 6 броя.

9.1. Целева група:

9.1.1. Потенциални бенефициенти на ОПАК;

- Държавната администрация на централно, областно и общинско ниво;
- Органите на съдебната власт;
- Структурите на гражданското общество (социално-икономическите партньори: представителни организации на работодатели на национално ниво и представителни организации на работници и служители на национално ниво, други неправителствени организации);

9.1.2. Конкретните бенефициенти на ОПАК;

9.1.3. Бенефициенти на ОПАК, които изпълняват проекти;

9.1.4. Медии.

9.2. Очакваните резултати са:

9.2.1. Създаване на позитивна нагласа и активност за запознаване с механизмите за кандидатстване с проекти по ОПАК;

9.2.2. Осигуряване на прозрачност при усвояването на средствата от СФ;

9.2.3. Повишена компетентност за кандидатстване с проектни предложения;

9.2.4. Ефективна обратна връзка на ЦГ2 с УО на ОПАК;

9.2.5. Популяризиране на добри практики;

9.2.6. По-висока степен на усвояване на средствата от СФ.

9.3. Период на изпълнение:

Информационните дни се организират в рамките на периода на изпълнение на поръчката в срок до 1 месец от откриването на съответната процедура.

9.4. Параметри на информационните дни:

Информационните дни включват до 200 участника, 1 ден, 2 кафе-паузи, обяд /тип бюфет/, наем зала, наем техническо оборудване.

10. Организиране и провеждане на обучителни семинари

10.1. Целева група: бенефициенти на ОПАК, които изпълняват проекти, и други.

10.2. Очакваните резултати:

10.2.1. Повишаване на компетентността на бенефициентите за изпълнение на проекти по ОПАК, включително и на задълженията им за публичност;

10.2.2. По-висока степен на усвояване на средствата от СФ;

10.2.3. Създаване на позитивна нагласа и активност за запознаване с механизмите за кандидатстване с проекти по ОПАК;

10.2.4. Осигуряване на прозрачност при усвояването на средствата от СФ;

10.2.5. Ефективна обратна връзка на ЦГЗ с УО на ОПАК;

10.2.6. Популяризиране на добри практики.

10.3. Период на изпълнение и проведени обучения – минимум 5 броя обучения за година.

10.4. Параметри на обучителните семинари:

10.4.1. Времетраене – до 2 дни;

10.4.2. Участници – максимум 30 души;

10.4.3. Организиране престоя на чуждестранните експерти в България (5-ма чуждестранни експерти по 2 нощувки);

10.4.4. Организиране престоя на участниците, които идват от други населени места извън мястото на провеждане;

10.4.5. Категория хотел: за София – минимум 3 звезди или еквивалентно; за населени места извън София – минимум 3 звезди или еквивалентно;

10.4.6. Наем на зала и стандартно оборудване (микрофони, екран, мултимедия, лаптоп, флип чарт);

10.4.7. Осигуряване на симултанен превод от и на английски език;

10.4.8. Отпечатване на анкетни карти за получаване на обратна връзка от участниците в семинара по образец, предоставен от Възложителя;

10.4.9. Отпечатване на сертификати за участниците в семинара по образец, предоставен от Възложителя;

10.4.10. 4 бр. кафе-паузи;

10.4.11. 2 бр. обяд /тип бюфет/;

10.4.12. 1 бр. официална вечеря.

11. Организиране и провеждане на едно мащабно информационно събитие веднъж годишно.

11.1. Целева група:

11.1.1. Потенциални бенефициенти на ОПАК;

- Държавната администрация на централно, областно и общинско ниво;
- Органите на съдебната власт;
- Структурите на гражданското общество (социално-икономическите партньори: представителни организации на работодатели на национално ниво и представителни организации на работници и служители на национално ниво, други неправителствени организации);

11.1.2. Конкретните бенефициенти на ОПАК;

11.1.3. Бенефициенти на ОПАК, които изпълняват проекти;

11.1.4. Медии.

11.2. Очакваните резултати:

11.2.1. Представяне напредъка по изпълнението на програмата;

11.2.2. Популяризиране подкрепата на Общността за изграждането на модерна и ефективна администрация, прозрачна и работеща съдебна система и силно гражданско общество;

11.2.3. Обмен на добри практики с държавите-членки на ЕС;

11.2.4. Повишаване на обществения интерес към ОПАК;

11.2.5. Привличане интереса на бенефициентите за кандидатстване с качествени проектни предложения;

11.2.6. По-висока степен на усвояване на средствата от СФ;

11.2.7. Подобряване на мрежата от контакти.

11.3. Място на изпълнение - на територията на гр. София.

11.4. Параметри на събитието:

11.4.1. продължителност: до 1 ден;

11.4.2. максимален брой участници: 100 участници (максимум 10 от които са представители на страни-членки на ЕС и максимум 25 участници от населени места, извън София);

11.4.3. Осигуряване престоя на чуждестранните гости в България (2 нощувки);

11.4.4. Осигуряване престоя на гостите от страната (2 нощувки);

11.4.5. Наем на зала и стандартно оборудване (микрофони, екран, мултимедия, лаптоп, флип чарт);

11.4.6. Категория на хотела: минимум 4 звезди или еквивалентно;

11.4.7. Осигуряване на симултанен превод от и на английски език;

11.4.8. 2 бр. кафе-паузи;

11.4.9. 1 бр. обяд /тип бюфет/.

Забележка: В офертата участникът трябва да предложи цялостна концепция и визия за организирането и провеждането на всяка от изисканите дейности в съответствие с целите и очакваните резултати съгласно Комуникационния план на ОПАК. В концепцията за всяка позиция следва да се даде подробно описание на начина на реализиране на дейността.

VI. ПОКАЗАТЕЛИ, ОТНОСИТЕЛНАТА ИМ ТЕЖЕСТ И МЕТОДИКА ЗА ОПРЕДЕЛЯНЕ НА КОМПЛЕКСНАТА ОЦЕНКА НА ОФЕРТАТА

1. Критерият за оценка е икономически най-изгодната оферта.

2. Оценката и класирането на офертата се извършва по методика, разработена от Възложителя.

2.1.1. Първи етап:

Основен критерий на този етап е наличността, валидността и пълнотата на представените от участника документи и материали. Само участници, чиито оферти отговарят на предварително зададените общи и квалификационни изисквания на Възложителя и докажат възможност за изпълнение на всички видове дейности, зададени от него в техническите спецификации се допускат до по-нататъшна оценка.

2.1.2. Втори етап:

На този етап се оценяват техническото и ценовото предложение, със съответните тегловни коефициенти по долуописаната методика.

3. Показатели, относителната им тежест и методика за определяне на комплексната оценка на офертата по **Обособена позиция 1** : „Провеждане на цялостна медийна, рекламна, информационна и Интернет кампания и координация и наблюдение на изпълнението на комуникационния план”.

3.1. Показатели.

3.1.1. Предложена цена – P1;

3.1.2. Концепция на участника за изпълнение на поръчката – P2

По този показател ще се извършва оценка на съответствието на предложените от участника обхват, организация и методология на работата с Комуникационния план на ОПАК и изискванията на Възложителя, заложен в Техническите спецификации.

3.2. Методика за определяне на относителната тежест на показателите в комплексната оценка на офертата.

3.2.1. За първия показател – P1

- Максималният брой точки за P1 е 50;
- Максималният брой точки (50 т.) получава офертата с най-ниска цена.

Точките на останалите участници се определят в съотношение към най-ниската предложена цена по следната формула:

$$P1 = \frac{\text{Min предложена цена за дейност}}{\text{Предложена цена от участника за дейност}} \times 50$$

Забележка: Закръглянето е до втория знак след десетичната запетая. Формулата се прилага за всяка една от посочените дейности.

В офертата участникът задължително трябва да предложи единична цена за всяка една от дейностите, посочени в Концепцията му за изпълнение на поръчката и отговарящи на Техническите спецификации.

- Крайната оценка (относителната тежест) по този показател се определя от сбора на всички единични оценки, получени след изчисляване по формулата за всяка една от дейностите, разделен на броя на единичните оценки.

3.2.2. За втория показател – P2

- Максималният брой точки за P2 е 50;
- Относителната тежест на показателя се определя въз основа на експертна оценка (от 0 до 50 точки) съгласно следната таблица:

Критерии	Брой точки
1. Предлаганата концепция напълно съответства на целите, заложи в Комуникационния план на ОПАК.	15
1.1. Предлаганата концепция съответства частично на целите, заложи в Комуникационния план на ОПАК.	7
1.2. Предлаганата концепция не съответства на целите, заложи в Комуникационния план на ОПАК.	0
2. Предлаганата концепция обхваща всички целеви групи, заложи в Комуникационния план на ОПАК.	10
2.1. Предлаганата концепция обхваща част от целевите групи, заложи в Комуникационния план на ОПАК.	0
3. Планираните информационни и комуникационни канали и средства отговарят в максимална степен на спецификата на всяка целева група и предвидения териториален обхват за изпълнение на дейностите.	10
3.1. Планираните информационни и комуникационни канали и средства частично отговарят на спецификата на всяка целева група и предвидения териториален обхват за изпълнение на дейностите.	5
3.2. Планираните информационни и комуникационни канали и средства не отговарят на спецификата на целевите групи и предвидения териториален обхват за изпълнение на дейностите.	0
4. Предлаганата концепция е изчерпателна. Планираните дейности са ясно, точно, и подробно описани.	15
4.1. Планираните дейности не са достатъчно ясно, точно, и подробно описани.	0

3.3. Методика за определяне на комплексната оценка на офертата.

3.3.1. Комплексната оценка е с максимален брой точки - **100**.

3.3.2. Комплексната оценка на офертата на всеки участник се изчислява по формулата:

$$KO = P1 + P2$$

3.3.3. Офертата, получила най-висока комплексна оценка, се класира на първо място.

4. Показатели, относителната им тежест и методика за определяне на комплексната оценка на офертата по Обособена позиция 2 : „Организиране и провеждане на публични събития – дискуссионни форуми, информационни дни, обучителни семинари и информационни събития”.

4.1. Показатели.

4.1.1. Предложена цена – P1;

4.1.2. Концепция на участника за изпълнение на поръчката - P2

По този показател ще се извършва оценка на съответствието на предложените от участника обхват, организация и методология на работата с Комуникационния план на ОПАК и изискванията на Възложителя, заложен в Техническите спецификации.

4.2. Методика за определяне на относителната тежест на показателите в комплексната оценка на офертата.

4.2.1. За първия показател – P1

- Максималният брой точки за P1 е **50**;
- Максималният брой точки (50 т.) получава офертата с най-ниска цена. Точките на останалите участници се определят в съотношение към най-ниската предложена цена по следната формула:

$$P1 = \frac{\text{Min предложена цена за дейност}}{\text{Предложена цена от участника за дейност}} \times 50$$

Забележка: Закръгленето е до втория знак след десетичната запетая. Формулата се прилага за всяка една от посочените дейности.

В офертата участникът задължително трябва да предложи единична цена за всяка една от дейностите, посочени в Концепцията му за изпълнение на поръчката и отговарящи на Техническите спецификации.

- Крайната оценка (относителната тежест) по този показател се определя от сбора на всички единични оценки, получени след изчисляване по формулата за всяка една от дейностите, разделен на броя на единичните оценки.

4.2.2. За втория показател – P2

- Максималният брой точки за P2 е 50;
- Относителната тежест на показателя се определя въз основа на експертна оценка (от 0 до 50 точки) съгласно следната таблица:

Критерии	Брой точки
<p>1.Предлаганата концепция напълно съответства на целите, заложените в Комуникационния план на ОПАК.</p> <p>1.1.Предлаганата концепция съответства частично на целите, заложените в Комуникационния план на ОПАК.</p> <p>1.2. Предлаганата концепция не съответства на целите, заложените в Комуникационния план на ОПАК.</p>	<p>15</p> <p>7</p> <p>0</p>
<p>2. Предлаганата концепция обхваща всички целеви групи, заложените в Комуникационния план на ОПАК.</p> <p>2.1. Предлаганата концепция обхваща част от целевите групи, заложените в Комуникационния план на ОПАК.</p>	<p>10</p> <p>0</p>
<p>3. Отчетени са рисковете и предпоставките, оказващи негативно влияние върху изпълнението на поръчката и са предвидени цялостни мерки за тяхното своевременно преодоляване.</p> <p>3.1. Отчетени са рисковете и предпоставките, оказващи негативно влияние върху изпълнението на поръчката, но предвидените мерки не са напълно достатъчни за тяхното своевременно преодоляване.</p> <p>3.2. Не са отчетени възможните рискове и предпоставки, оказващи негативно влияние върху изпълнението на поръчката.</p>	<p>10</p> <p>5</p> <p>0</p>
<p>4. Предлаганата концепция е изчерпателна. Планираните дейности са ясно, точно, и подробно описани.</p> <p>4.1. Планираните дейности не са достатъчно ясно, точно, и подробно описани.</p>	<p>15</p> <p>0</p>

4.3. Методика за определяне на комплексната оценка на офертата.

4.3.1. Комплексната оценка е с максимален брой точки – **100**.

4.3.2. Комплексната оценка на офертата на всеки участник се изчислява по формулата:

$$KO = P1 + P2$$

4.3.3. Офертата, получила най-висока комплексна оценка, се класира на първо място.