



ОБЩИНА ПЛОВДИВ

Пловдив, 4000, пл. "Стефан Стамболов" №1 тел: (032) 656 726, факс: (032) 656 703

Изх. № 15РОП5(6)
13.02.2015г.

ДО
ВСИЧКИ ЗАИНТЕРЕСОВАНИ ЛИЦА

УВАЖАЕМИ ГОСПОЖИ И ГОСПОДА,

Във връзка с отправено до община Пловдив искане за разяснение с Вх.№ 15РОП5(3)/10.02.2015г. по документацията за участие в процедурата за възлагане на обществена поръчка с предмет: „Изработване и разпространение на информационни, маркетингови и рекламни материали, реклама в медии на национално и международно ниво, обявена във връзка с реализирането на устойчивост на проект „По пътищата на цивилизацията“, Договор за БФП № BG161PO001/3.2-02/2011/012 „По пътищата на цивилизацията, на ОПРР, открита с Решение № 15РОП5 от 16.01.2015г., на Стефан Стоянов – зам.- кмет КОТИРЕП, Община Пловдив, упълномощен със Заповед № 15ОА89/16.01.2015г. на Кмета на Община Пловдив, на основание чл.29, ал.1 от Закона за обществените поръчки (ЗОП), предоставям следното разяснение:

Запитване, получено на 09.02.2015г.

Въпрос № 1: Във връзка с точка 1 от техническото предложение на обществената поръчка, имате ли изискване периодичността на изданията – ежесдневник, двуседмични издания, месечни?

Отговор: Възложителят не е поставил конкретно изискване относно периодиката на печатните издания. Участникът има свободата да включи в своето техническо предложение тези издания, които сметне за добре с оглед концепцията му за реализиране на кампанията.

Въпрос № 2: Във връзка с т. 1 от техническото предложение, имате ли ограничение за обхвата на чуждестранни медии, т.е. в рамките на Европа, Балканския полуостров или друго?

Отговор: В техническото задание Възложителят е посочил че изисква 3 публикации от по минимум 1 страница в международни издания, т.е. техният обхват трябва да покрива няколко държави. За останалите 3 публикации – в румънски издания, не е

задължително. Обхватът на печатните медии, в които Участникът предлага да бъдат направени публикациите е част от виждането му за реализиране на кампанията и подлежи на оценка от Комисията.

Въпрос № 3: *Във връзка с т. 1, подточка 1 от техническото предложение имате ли възможност да ни предоставите дати на подобни дейности, които се планират за Пловдив и региона?*

Отговор: Община Пловдив планира да извърши друга рекламна кампания, която ще бъде с фокус обявяването на града за **Европейска столица на културата**.

Въпрос № 4: *Моля за разяснение по т. 1, подточка 2 от техническото предложение.*

Отговор: Възложителят разбира, че питането се отнася за „Определяне и фиксиране на целите и посланията до целевите аудитории за изпълнение на задачата, съгласно резултатите от направените анализи“. Възложителят предполага, че Участникът е направил анализ на реализирания проект **„По пътищата на цивилизацията“** и неговите акценти. Следователно трябва да бъдат изготвени цели и послания за достигане до целевата аудитория.

Въпрос № 5: *По т. 3 от техническото предложение, имате ли изискване за определен брой на радиостанциите и колко?*

Отговор: Броят радиостанции и други техни характеристики, които Участникът включи в своето техническо предложение е част от концепцията за медиен микс и подлежи на оценка от Комисията.

Въпрос № 6: *По т. 7 от техническото предложение, имате ли изискване за размера на банерите или да бъдат по предложение на Изпълнителя? На етап кандидатстване ли следва да се подадат банерите?*

Отговор: Броят и размери на банерите следва да бъдат част от техническо предложение на Участника и подлежат на оценка от Комисията.

Въпрос №7: *По т. 8 от техническото предложение, дизайна на етап кандидатстване ли следва да се подаде или след сключване на договора?*

Отговор: Външната реклама е част от Концепцията за медиен микс на Участника. С цел по-доброто ѝ представяне е възможно Участникът да представи примерни дизайни и/или идеи за такива, с което да защити по ефективен начин предложението си.

Въпрос № 8: *Ключовите изрази и фрази за телевизионната и радио кампанията на етап кандидатстване ли следва да се подадат?*

Отговор: Ключовите изрази и фрази се отнасят за реализирането на онлайн кампанията.

Въпрос № 9: *Имате ли изискване за големи на PR публикациите?*

Отговор: Изисканият обем на PR публикациите е минимум 1 страница за всяка. Има печатни издания с размери А5, А4 и др. по-нестандартни такива. Участникът има свободата да избере изданията, които смята за най-подходящи.

Въпрос № 10: *Визията за външна реклама при сключване на договора ли трябва да се подаде?*

Отговор: С цел по-доброто представяне на Концепцията за медиен микс Участникът има възможност да представи примерни дизайни и/или идеи за такива на външната реклама, с което да защити по ефективен начин предложението си.

Въпрос № 11: *Във връзка с външната реклама – бихте ли уточнили броя на рекламните периоди или се взема в предвид целия период на поръчката март – август за един рекламен период?*

Отговор: Участникът следва да представи своята Концепцията за медиен микс, включваща именно и броя периоди, и броя позиции. В техническото задание е записано и че дейностите, изпълнявани в рамките на настоящата обществена поръчка, следва да не съвпадат времево с други подобни, промотиращи Пловдив и региона, както и че рекламната кампания трябва да бъде реализирана в периода март-август 2015 г., с приоритет на дейностите, особено от национален характер, през март-май 2015 г.

Настоящото разяснение се публикува в профила на купувача на Възложителя и става част от документацията за участие в процедурата, като това обстоятелство следва да се прецизира от всички участници при подготовката и представянето на офертите им за участие.

С уважение,

Стефан Стоянов
зам.- кмет КОТИРЕЦ,
Община Пловдив, упълномощен със
Заповед № 15ОА89/16.01.2015г.
на Кмета на Община Пловдив

