ЧАСТ III. МЕТОДИКА ЗА ОЦЕНКА

Класирането на постъпилите оферти по открита процедура с предмет: „Дейности по медийно обслужване във връзка с изпълнение на мерки по информация и публичност на ОП „Транспорт и транспортна инфраструктура” 2014-2020“,ще бъде извършено по критерий „оптимално съотношение качество/цена“, съгласно чл. 70, ал. 2, т. 3 от ЗОП. Оценката на всяка оферта представлява комплексната оценка на показателите и тяхната относителна тежест. Класирането на офертите се извършва последователно, като на първо място се класира офертата с най-висока комплексна оценка.

За целите на комплексната оценка всички дробни числа, които се получат при прилагане на съответната формула и/или които са посочени в офертите на участниците и се прилагат като показатели в настоящата методика, се закръгляват към втория знак след десетичната запетая.

Класирането на участниците се извършва по степен на съответствие на офертите с предварително обявените условия от възложителя по низходящ ред на получената комплексна оценка (КО), изчислена като сума от оценките по показателите „техническа оценка“ и „предлагана цена“ на офертите по следната формула: КО= Т+Ц

Показателите за оценка на офертите и тяхната относителна тежест за определяне на комплексната оценка са както следва:

* Техническа оценка (Т) – 30 %
* Предлагана цена (Ц) – 70 %

Максималната абсолютна стойност на комплексната оценка (**КО**) е 100 точки.

Оценките по отделните показатели се представят в числово изражение с точност до втория знак след десетичната запетая. Когато комплексните оценки на две или повече оферти са равни, с предимство се класира офертата, в която се съдържа по-ниска предложена цена, съобразно разпоредбите на чл. 58, ал. 2, т. 1 от ППЗОП. Ако участниците не могат да бъдат класирани в съответствие с чл. 58, ал. 2, т. 1 от ППЗОП, комисията провежда публично жребий за определяне на изпълнител между класираните на първо място оферти.

**Определяне на оценките по всеки показател.**

**А) Техническа оценка „Т“**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **N** | **Показатели – критерии за оценка**  | **Максимални точки:30** |
| **1.** | Участникът пояснява своя подход за планиране и изпълнение на кампанията за постигане на целите на НКС. | 10 |
| **2.** | Участникът е допълнил текстовата част на техническата оферта с примерни визуализации на публикации в печатни медии, рекламни носители, локации, изгледи на интернет сайтове. | 10 |
| **3.** | Участникът е предложил стратегия и план за увеличаване на органичния трафик към сайта на ОПТТИ, Youtube и Instagram канала на ОПТТИ като посочва методите на оптимизиране на съдържанието, както и за подобряване на класирането в резултатите на онлайн търсачките на съдържание. | 10 |

Крайната оценка на офертата по показател „Т” се формира като обща оценка на членовете на комисията, като максимално възможната оценка е30 точки.

**Б) Предлагана цена „Ц”**

**Показател 2 - Цена (Тц) - максимално възможна оценка – 70 точки**

Оценката по критерия ще се изчислява на база предложената от участниците ценова оферта в лева без ДДС по следната формула:

**T (ц) = Cц n x 70/100**

**Където:**

**„70” -** максимален брой точки за критерия;

**„C ц n”-** получения коефициент на участника ;

**„T (ц)” –** точките, които получава участникът по оценявания критерий;

**Коефициентът C ц n на n-тия участник се изчислява по формулата:**

**C ц n = Pi+Pb+Pp**

**Където:**

**P i** – показател за цена за публикация в интернет

**P b** – показател за цена за външна реклама

**P p –** показател зацена за печатни издания

**Показател за цена за публикация в интернет – (P i) с относителна тежест - 60 точки**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **НАИМЕНОВАНИЕ** | **Тежест** |
| **P i 1.** | Цена за 1000 импресии на 1 бр. банер в размер 300х250 на заглавна страница в информационен сайт/информационна агенция.  | 5 |
| **P i 2.** | Цена за 1000 импресии на 1 бр. банер в размер 728x90 на заглавна страница в информационен сайт/информационна агенция. | 5 |
| **P i 3.** | Цена за 1000 импресии на 1 бр. банер в размер 300x250 на заглавна страница в сайт за предоставяне на услуга електронна поща. | 5 |
| **P i 4.** | Цена за 1000 импресии на 1 бр. банер в размер 728x90 на заглавна страница в сайт за предоставяне на услуга електронна поща. | 5 |
| **P i 5.** | Цена за брандиране на 1 бр. заглавна страница в информационен сайт за 1000 импресии. | 5 |
| **P i 6.** | Цена за брандиране на 1 бр. категория в електронен магазин за 1000 импресии. | 5 |
|  **P i 7.** | Спонсорирана реклама на 15 сек. видеоклип в най-малко две социални мрежи, гарантиращ минимум 20 хил. гледания, в рамките на 24 часа | 15 |
|  **P i 8.** | Спонсорирана реклама на 15 сек. видеоклип в световен портал за видео споделяне | 15 |

Оценката по критерия ще се изчислява на база предложената от участниците ценова оферта в лева без ДДС по следната формула:

**Pi = ( P i 1 min/P i 1 n) x5 + (P i 2 min/P i 2 n)x5+(P i 3 min/P i 3 n)x5+(P i 4 min/P i 4 n)x5+(P i 5 min/ P i 5 n)x5+(P i 6 min/P i 6 n)x5+(P i 7 min/P i 7 n)x15+(P i 8 min/P i 8 n)x15**

**Където:**

**P i 1 min** e най-ниската предложена единична цена за 1000 импресии на 1 бр. банер в размер 300х250 на заглавна страница в информационен сайт/информационна агенция;

**P i 1 n** e предложената единична цена за 1000 импресии на 1 бр. банер в размер 300х250 на заглавна страница в информационен сайт/информационна агенция на n-тия участник;

**P i 2 min -** e най-ниската предложена единична цена за 1000 импресии на 1 бр. банер в размер 728x90 на заглавна страница в информационен сайт/информационна агенция;

**P i 2 n** – e предложената единична цена за 1000 импресии на 1 бр. банер в размер 728x90 на заглавна страница в информационен сайт/информационна агенция на n-тия участник;

**P i 3 min -** e най-ниската предложена единична цена за 1000 импресии на 1 бр. банер в размер 300x250 на заглавна страница в сайт за предоставяне на услуга електронна поща;

**P i 3 n -** e предложената единична цена за 1000 импресии на 1 бр. банер в размер 300x250 на заглавна страница в сайт за предоставяне на услуга електронна поща на n-тия участник;

 **P i 4 min** - e най-ниската предложена единична цена за 1000 импресии на 1 бр. банер в размер 728x90 на заглавна страница в сайт за предоставяне на услуга електронна поща;

**P i 4 n** - e предложената единична цена за 1000 импресии на 1 бр. банер в размер 728x90 на заглавна страница в сайт за предоставяне на услуга електронна поща на n-тия участник;

**P i 5 min -** e най-ниската предложена единична цена за брандиране на 1 бр. заглавна страница в информационен сайт за 1000 импресии;

**P i 5 n** - e предложената единична цена за брандиране на 1 бр. заглавна страница в информационен сайт за 1000 импресии на n-тия участник;

**P i 6 min -** e най-ниската предложена единична цена за брандиране на 1 бр. категория в електронен магазин за 1000 импресии;

**P i 6 n -** e предложената единична цена за брандиране на 1 бр. категория в електронен магазин за 1000 импресии на n-тия участник;

**P i 7 min -** e най-ниската предложена единична цена за Спонсорирана реклама на 15 сек. видеоклип в най-малко две социални мрежи, гарантиращ минимум 20 хил. гледания, в рамките на 24 часа;

**P i 7 n -** e предложената единична цена за Спонсорирана реклама на 15 сек. видеоклип в най-малко две социални мрежи, гарантиращ минимум 20 хил. гледания, в рамките на 24 часа на n-тия участник;

**P i 8 min -** e най-ниската предложена единична цена за Спонсорирана реклама на 15 сек. видеоклип в световен портал за видео споделяне;

**P i 8 min** - e предложената единична цена за Спонсорирана реклама на 15 сек. видеоклип в световен портал за видео споделяне на n-тия участник;

**Показател за цена за публикации за външна реклама (P b) – с относителна тежест - 20 точки**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **НАИМЕНОВАНИЕ** | **Тежест** |
| P b 1. | Наем на билборд за 6 месецаза гр. София, основни булеварди и/ или възлови кръстовища | 5 |
| P b 2. | Наем за билборд автомагистрали за 6месеца | 1 |
| P b 3. | Наем на рекламно съоръжение тип „Сити лайт“ в централна градска част за6 месеца) | 2 |
| P b 4. | Наем на рекламно съоръжение тип „Светеща кутия“ за 6 месеца  | 4 |
| P b 5. | Наем на билборд за 6 месеца за областни градове, основни булеварди и/ или възлови кръстовища | 3 |
| P b 6. | Брандиране на спирка гр. София за 6 месеца  | 5 |

Оценката по критерия ще се изчислява на база предложената от участниците ценова оферта в лева без ДДС по следната формула:

**P b = (P b 1 min/P b 1 n)x5+(P b 2 min/P b 2 n)x1+(P b 3 min/P b 3 n)x2+ (P b 4 min/ P b 4 n)х4+(P b 5 min/P b 5 n)x3+(P b 6 min/P b 6 n)x5,**

**Където:**

**P b 1 min -** e най-ниската предложена единична цена за Наем на билборд за 1 период (2 седмици) за гр. София, основни булеварди и/ или възлови кръстовища;

**P b 1 n -** e предложената единична цена за Наем на билборд за 1 период (2 седмици) за

гр. София, основни булеварди и/ или възлови кръстовища на n-тия участник;

**P b 2 min -** e най-ниската предложена единична цена за Наем за билборд автомагистрали за 1 период 1 месец;

**P b 2 n -** e предложената единична цена за Наем за билборд автомагистрали за 1 период 1 месец на n-тия участник;

**P b 3 min -** e най-ниската предложена единична цена за Наем сити лайт централна градска част за 1 период (2 седмици);

**P b 3 n -** e предложената единична цена за Наем сити лайт централна градска част за 1 период (2 седмици) на n-тия участник;

**P b 4 min -** e най-ниската предложена единична цена за Наем на светещи кутии за 1 период (2 седмици);

**P b 4 n -** e предложената единична цена за Наем на светещи кутии за 1 период (2 седмици)

на на n-тия участник;

**P b 5 min –** е най-ниската предложена единична цена за Наем на билборд за 1 период (2 седмици) за областни градове, основни булеварди и/ или възлови кръстовища;

**P b 5 n -** e предложената единична цена за Наем на билборд за 1 период (2 седмици) за областни градове, основни булеварди и/ или възлови кръстовища на n-тия участник;

**P b 6 min -** е най-ниската предложена единична цена за Брандиране на спирка гр. София за 1 период (2 седмици);

**P b 6 n -** e предложената единична цена за Брандиране на спирка гр. София за 1 период (2 седмици) на n-тия участник;

**Показател за цена за печатни издания – (P p)** **с относителна тежест - 20 точки**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **НАИМЕНОВАНИЕ** | **Тежест** |
| **P p 1.** | 1 брой цветна публикация с минимален размер ¼ страница в национални всекидневни печатни издания | 10 |
| **P p 2.** | 1 брой цветна публикация с минимален размер ¼ страница в седмични печатни издания | 5 |
| **P p 3.** | 1 брой цветна публикация с минимален размер ¼ страница в месечни печатни издания | 2 |
| **P p 4.** | 1 брой цветна публикация с минимален размер ¼ страница врегионални печатни издания | 3 |

Оценката по критерия се изчислява на база предложената от участниците ценова оферта в лева без ДДС по следната формула:

**P p = (P p 1 min/P p 1 n)x10+(P p 2 min/P p 2 n)x5+(P p 3 min/P p 3 n)x2+(P p 4 min/P p 4 n)x3,**

**Където:**

**P p 1 min -** e най-ниската предложена единична цена за Национални всекидневни печатни издания;

**P p 1 n -** e предложената единична цена за Национални всекидневни печатни издания на n-тия участник;

**P p 2 min -** e най-ниската предложена единична цена за Седмични печатни издания;

**P p 2 n -** e предложената единична цена за Седмични печатни издания на n-тия участник;

**P p 3 min -** e най-ниската предложена единична цена за Месечни печатни издания;

**P p 3 n -** e предложената единична цена за Месечни печатни издания на n-тия участник;

**P p 4 min -** e най-ниската предложена единична ценаза Регионални печатни издания;

**P p 4 n -** e предложената единична цена за Регионални печатни издания на n-тия участник