



РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ
МИНИСТЕРСТВО НА ТРАНСПОРТА,
ИНФОРМАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ И СЪОБЩЕНИЯТА

ПРОТОКОЛ № 2

от работата на комисия, назначена със Заповед № РД-14-87/10.12.2019 г. на главния секретар на Министерство на транспорта, информационните технологии и съобщенията за разглеждане и оценяване на постъпилите оферти за участие в обществена поръчка – 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“, в състав:

Председател:

Лидия Димовска – държавен експерт в дирекция „Координация на програми и проекти“

и членове:

1. **Илия Йорданов** – държавен експерт в дирекция „Правна“;
2. **Миглена Белякова** – главен експерт в дирекция „Координация на програми и проекти“;
3. **Ангелина Занова** – главен експерт в дирекция „Финанси“;
4. **Пламенка Василева** – главен експерт в дирекция „Стопански дейности и управление на собствеността“.

В периода 16.01.2020 г. – 20.01.2020 г., комисията на основание чл. 54, ал. 12 от Правилника за прилагане на Закона за обществените поръчки (ППЗОП) пристъпи към разглеждане на допълнително представените документи относно съответствието на участника с изискванията към личното състояние и критериите за подбор.

На 08.01.2020 г. Протокол № 1 от работата на комисията е изпратен до участниците по електронен път и е публикуван в профила на купувача – <https://www.mtitc.government.bg/pk/procedure/1895>.

До изтичане на срока от 5 работни дни (чл. 54, ал. 9 от ППЗОП) от получаването на Протокол № 1 от работата на комисията, участникът **ЛЕКС.БГ ЕАД**, по отношение на който са констатирани несъответствия или липса на информация, е предоставил на комисията допълнителни документи с писмо вх. № 32-01-848 от 14.01.2020 г.

Комисията установи, че участникът **ЛЕКС.БГ ЕАД** с ЕИК 131468681е представил както следва:

1. Придружително писмо от Делян Вичев, изпълнителен директор на **ЛЕКС.БГ ЕАД** с опис на представените допълнителни документи;

2. Нови два броя еЕЕДОП на приложен електронен носител CD, съответно един брой за участника ЛЕКС.БГ ЕАД и един брой за третото лице „ГЪТС ЕНД БРАЙНС ДДБ“ ООД;
3. Декларация по чл. 65, ал. 2 и ал. 3 от ЗОП от третото лице „ГЪТС ЕНД БРАЙНС ДДБ“ ООД.

Комисията разгледа представените еЕЕДОП-и на участника и на третото лице. От еЕЕДОП-ите на участника и на третото лице е видно, че участникът доказва всеки един от двата критерия за подбор, посочени в раздел III „Критерии за подбор“ от част I от документацията за обществената поръчка, като се позовава на капацитета на третото лице.

Участникът се позовава на капацитета на третото лице за доказване на критерия изпълнени „дейности с предмет и обем, идентични или сходни с тези на поръчката, за последните три години, считано от датата на подаване на офертата“. В съответствие с изискването на комисията, посочени в Протокол 1, е представена декларация по чл. 65, ал. 2 и ал. 3 от ЗОП, в която представляващият „ГЪТС ЕНД БРАЙНС ДДБ“ ООД декларира, че в качеството си на трето лице ще участва, съгласно чл. 65, ал. 2 от ЗОП, при изпълнение на поръчката в следните части:

1. Услуги по медиа планиране и изготвяне на медиен план;
2. Публикации в печатни медии;
3. Публикации в интернет медии и платформи.

В декларацията не е посочено, че „ГЪТС ЕНД БРАЙНС ДДБ“ ООД ще участва, съгласно чл. 65, ал. 2 от ЗОП, при изпълнение на поръчката в частта „Мониторинг и отчетност“, посочена в т. 2.4. от Техническата спецификация.

С оглед гореизложеното, Комисията констатира, че първоначално и допълнително представените документи не доказват съответствието на участника с изискванията към критериите за подбор поставени от Възложителя.

На основание чл. 107, т. 1 от ЗОП във връзка с чл. 65, ал. 2 от ЗОП, комисията предлага участникът ЛЕКС.БГ ЕАД да бъде отстранен от участие, тъй като той не отговаря на критерия, свързан с опит за изпълнение на поръчката, посочен в т. 1, буква „Б“ „Технически и професионални способности“, раздел III „Критерии за подбор“ от документацията, а именно: участникът да е изпълнил дейности с предмет и обем, идентични или сходни с тези на поръчката, за последните три години, считано от датата на подаване на офертата. Съгласно посочената точка „за целите на поръчката за дейности с предмет и обем, идентични или сходни с тези на поръчката се считат дейности по медийно обслужване, свързани с: планиране, подготовка, организация, провеждане и отчитане на минимум една медийна кампания, използвайки в комбинация следните комуникационни канали: печатни медии и интернет пространство“.

Съгласно чл. 65, ал. 2 от ЗОП по отношение на критерия, свързан с опит за изпълнение на поръчката, участниците могат да се позоват на капацитета на трети лица само ако тези лица ще участват в изпълнението на частта от поръчката, за която е необходим този капацитет.

По отношение на този критерий участникът ЛЕКС.БГ ЕАД се е позовал на капацитета (опита) на третото лице „ГЪТС ЕНД БРАЙНС ДДБ“ ООД, но третото лице не е декларирало, че ще участва в изпълнението на частта „Мониторинг и отчетност“ от поръчката, за която също е необходим изисквания опит за изпълнение на поръчката, посочен в т. 1, буква „Б“ „Технически и професионални способности“, раздел III „Критерии за подбор“ от документацията.

За изпълнението на частта „Мониторинг и отчетност“ от поръчката е необходим опит в изпълнението на дейности по медийно обслужване, свързани с: планиране, подготовка, организация, провеждане и отчитане на минимум една медийна кампания.

използвайки в комбинация следните комуникационни канали: печатни медии и интернет пространство, поради следното:

Съгласно т. 2 от Част II „Техническа спецификация“ от документацията дейностите, които ще бъдат изпълнявани от избрания изпълнител по време на договора, са както следва:

- Услуги по медия планиране и изготвяне на медийен план съгласно т. 2.1 от Техническата спецификация;
- Публикации в печатни медии съгласно т. 2.2 от Техническата спецификация;
- Публикации в интернет медии и платформи съгласно т. 2.3 от Техническата спецификация;
- Мониторинг и отчетност съгласно т. 2.4 от Техническата спецификация.

Мониторингът и отчетността съгласно т. 2.4 от Техническата спецификация са неделима част от предмета на обществената поръчка, който включва услуги и дейности по медийно обслужване, свързани с планирането, подготовката, организацията, провеждането и отчитането на медийни комуникационни кампании, използвайки печатни медии и интернет пространство. Мониторингът и отчетността съгласно т. 2.4 е важна и стратегическа дейност: за срока на договора избраният изпълнител осигурява наблюдение и контрол относно **изпълнението на дейностите по медийния план за всяка кампания**. Очаква се за срока на договора да бъдат произведени минимум пет броя отчетни доклади, тъй като Възложителят предвижда изпълнение на минимум пет медийни кампании съгласно т. 2.1 от Техническата спецификация.

Наблюдение в хода на изпълнението на всяка кампания, съгласно медийния план:

Наблюдението (или мониторингът) осигурява безпрепятствено, своевременно и качествено изпълнение на плана с цел постигане на заложените цели. Предвид спецификата на услугата, а именно дейности по медийно обслужване и комуникационни кампании, избраният изпълнител следва да приложи своя професионален опит и специфичен подход при реализирането на услугите, което според утвърдените добри практики и професионални стандарти означава, че изпълнителят има ангажимент да следи всички /водещи, ключови/ публикации и тенденции в медийното пространство, които имат пряко или косвено отношение към всяка конкретна кампания на ОПТТИ, изпълнявана по договора. Наблюдението на кампанията има пряка връзка с отчета, който ще бъде изготвен след приключване на кампанията, защото този отчет следва да съдържа задълбочен, безпристрастен и професионален анализ на установените факти, т.е. наблюдението и отчетността са взаимно свързани и последователни процеси, изискващи вникване в същността, познаване на предмета и материята, обект на поръчката и опит.

Отчетният доклад съгласно т. 2.4. от Техническата спецификация съдържа аналитична част за поставените цели и постигнати резултати, като текстовата част е подкрепена със статистическа информация под формата на графики, таблици и/ или други подходящи елементи. В отчета следва да се съдържа информация за брой публикувани рекламни карета в печатни медии; брой импресии, брой генерирани кликове, брой регистрации. В аналитичната част на отчетния доклад следва да се посочи кой източник (уебсайт или мрежа от уебсайтове) е привлякъл най-много посетители, кой източник е генерирал най-много регистрации, кой рекламен формат е бил най-ефективен.

За да може да изпълни тези изисквания, избраният изпълнител следва да има опит в областта на медийното обслужване, за да може да съпоставя и анализира целенасочено, точно и ясно поставените цели и постигнати резултати от кампанията. В отчета изпълнителят трябва да направи оценка относно постигнатата ефективност на кампанията съгласно медийния план

и в каква степен са балансирани разходите за публикации и/или излъчвания при максимално достигане до широката аудитория и постигане на конкретни резултати.

Анализът, който ще бъде изготвен, има за цел да се изследва и оцени постигнатите ефекти от проведената кампания. Този анализ ще бъде важен източник на информация за Възложителя при изготвяне на заявки и възлагане на следващите кампании по договора.

В предмета на обществената поръчка дейностите по мониторинг и отчетност са важни и стратегически, тъй като те ще дадат надеждни сведения относно правилното прилагане на Национална комуникационна стратегия (НКС) и по-специално глава VI от НКС, където се разглеждат избора на комуникационни средства и дейности при изпълнението на кампаниите, включващо специфика на посланието, характеристиката на целевата група – реципиент на посланието, комуникационни канали за достигане, методите на интегрирания комуникационен микс.

Финалният отчет, който се изготвя на базата на изготвените отчети за всяка проведена кампания, се изисква съгласно т. 2.4 от Техническата спецификация. Изпълнителят изготвя и предоставя финален отчет за изпълнението на дейностите по договора в срок от 10 дни след приключване на последната медийно-комуникационна кампания. Този окончателен отчет съдържа анализ на ефективността на проведените кампании, както и препоръки за бъдещи кампании за популяризиране на програмата. Аналитичната част е подкрепена с графики, таблици и други елементи, онагледяващи изводите от изследването на целите и постиженията за изпълнение на кампаниите, предмет на договора. Одобряването на окончателният отчет се извършва с подписване на двустранен приемо-предавателен протокол, който удостоверява окончателното приемане на работата.

Финалният отчет следва да обхваща всички изпълнени кампании, той проследява връзките и надграждането на изпълнените кампании, оценява резултатите и влиянието и/или въздействието върху целевите групи. Финалният отчет трябва адекватно да отразява събраната информация по време на изпълнение на всички кампании, предмет на договора. Той трябва да предоставя препоръки, които да са приложими в процеса на вземане на решения. Препоръките следва да бъдат ясни, конкретни и мотивирани и същевременно достатъчно подробно описани, за да се приложат лесно на практика.

Финалният отчет трябва да проследи и констатира постигането на заложените цели на обществената поръчка, съгласно т. 1 от Техническата спецификация, за да се оцени ефективността и ефикасността на проведените комуникационни кампании на ОПТТИ и техният принос за постигане на целите на НКС и Годишен план за действие (ГПД) на ОПТТИ.

Основните цели са свързани с популяризирането на ОПТТИ, в това число:

- Популяризиране на ОПТТИ сред широката общественост и различните целеви групи, които програмата обхваща и изграждане на разпознаваемост на ОПТТИ.
- Запознаване на целевите групи с целите, обхвата и резултатите, постигнати при изпълнението на ОПТТИ.
- Изграждане и поддържане на високо обществено доверие към процесите по изпълнение и управление на ОПТТИ.
- Постигане на заложените в Националната комуникационна стратегия, както и в Програмата индикатори за информация и комуникация.

Избраният изпълнителят, който ще изготви финалния отчет, е необходимо да притежава опит за изпълнение на поръчката и професионална експертиза, която ще му гарантира качествено изготвяне на финален отчет за изпълнението на предмета на поръчката.

Комисията продължи своята работа и на основание чл. 56, ал. 2 от ППЗОП пристъпи към разглеждане на техническото предложение на участника, за който е установено, че

отговаря на изискванията за лично състояние и на критериите за подбор, а именно на АПРА ООД с ЕИК 831727361.

При прегледа на техническото предложение на АПРА ООД комисията констатира следното:

Участникът е представил техническо предложение, изготвено по образец, Приложение № 3 към документацията за обществената поръчка, което съдържа писмен проект на примерен медиен план в табличен вид за примерна кампания за съответния комуникационен канал и аналитична текстова част относно подхода, аргументация за избора на предложените издания в медиен план по отношение на достигане на целевите групи, очаквани резултати при провеждане на комуникационна кампания за популяризиране на Оперативна програма „Транспорт и транспортна инфраструктура“ 2014-2020 г.

За изготвяне на примерен медиен план в табличен вид за съответния комуникационен канал и аналитична текстова част към медиен план, участникът е използвал следните примерни изходни данни за примерна заявка за имиджова комуникационна кампания със слоган „Стигаме далече“:

- период на провеждане на кампанията: 01 ноември 2019 г. – 30 декември 2019 г.
- целева група: широка общественост, население в активна възраст, на територията на Република България
- предпочитани медии: канали с широк обхват като спазва съотношение 30 процента печатни медии; 70 процента интернет медии и платформи.
- видове рекламни материали, предпочитани техники и подходи: микс от посочените рекламни формати, предмет на поръчката.

Медийният план съдържа комуникационните канали и категории медии, като по преценка на участника са посочени поименно печатни медии, интернет издания и онлайн платформи. Посочените медии са съобразени с изискванията на Възложителя, посочени в т. 2 на Техническата спецификация и участникът е посочил подробно методите за изпълнение на дейностите. Той е дал подробна информация за броя на публикациите на рекламните формати и материали, разделени по медийни канали, място на публикуване, честота, размери и видове. В табличната част участникът е включил времеви график относно броя и честотата и вида комуникационни активности за периода на примерната кампания.

Участникът е представил проекти на визии на рекламни формати, обект на поръчката, съдържащи примерни визуализации на публикации в печатни медии и изгледи на интернет сайтове в допълнение на текстовата част и медийния план.

Участникът в своята оферта се е ангажирал за с увеличаване на ръста на абонатите (нови регистрации) на ОПТТИ в социалните мрежи: Youtube канала на ОПТТИ с адрес <https://www.youtube.com/channel/UCreJjFFNa29mi1KMP3pRdUw/featured> и Instagram профил на ОПТТИ с адрес https://www.instagram.com/op_transport_bulgaria/. Увеличаването на ръста на абонатите е за срока на договора, след всички изпълнени кампании, като предложението е за увеличаване на ръста с минимум 20%.

Предвид изложеното техническото предложение съответства на предварително обявените изисквания на одобрената документация и подлежи на оценка съобразно критериите за оценка по показател А „Техническа оценка“, съдържащи се в методиката за оценка на офертите:

1. По показател „Примерни визуализации към текстовата част на техническата оферта“ участникът получава 10 точки

Мотиви:

В техническото си предложение участникът е предложил, в допълнение на медийния план (табличен вид и аналитична текстова част), примерни визуализации на публикации в печатни медии и изгледи на интернет сайтове. Представените визуализации са разработени от участника спазвайки стриктно примерната заявка за имиджова комуникационна кампания със слоган „Стигаме далече“.

2. По показател „Увеличаване на ръста на нови абонати“ участникът получава 20 точки

Мотиви:

В техническото си предложение участникът се е ангажирал с увеличаване на ръста на абонатите (нови регистрации) на ОПТТИ в социалните мрежи: Youtube канала на ОПТТИ с адрес <https://www.youtube.com/channel/UCreJjFNa29mi1KMP3pRdUw/featured> и Instagram профил на ОПТТИ с адрес https://www.instagram.com/op_transport_bulgaria/. Увеличаването на ръста на абонатите е с 20% за срока на договора, след всички изпълнени кампании.

Предвид изложеното по показател А „Техническа оценка“ участникът получава 30 точки, изчислени съгласно предвидената в методиката формула.

Въз основа на констатираното на етап разглеждане и оценка на техническото предложение след установяване на съответствието им с изискванията на Възложителя, комисията реши следващото открито заседание да се състои на **23.01.2020 г. от 11:00 часа**, когато ще бъдат отворени и оповестени ценовите предложения на допуснатите участници. На основание чл. 57, ал. 3 от ППЗОП на профила на купувача на МТИТС ще бъде публикувано съобщение.

Комисията състави този протокол на 20.01.2020 г.

Председател:

*На основание чл. 36а, ал. 3 от ЗОП,
във връзка с чл. 4 от Регламент (ЕС)*

_____ **Лидия Димовска**

членове:

*На основание чл. 36а, ал. 3 от ЗОП,
във връзка с чл. 4 от Регламент (ЕС)*

_____ **Илия Йорданов**

*На основание чл. 36а, ал. 3 от ЗОП,
във връзка с чл. 4 от Регламент (ЕС)*

_____ **Миглена Белякова**

*На основание чл. 36а, ал. 3 от ЗОП,
във връзка с чл. 4 от Регламент (ЕС)*

_____ **Ангелина Занова**

*На основание чл. 36а, ал. 3 от ЗОП,
във връзка с чл. 4 от Регламент (ЕС)*

_____ **Пламенка Василева**