

Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

## ПРИЛОЖЕНИЕ № 26

### ТЕХНИЧЕСКО ПРЕДЛОЖЕНИЕ

**ЗА УЧАСТИЕ В ОТКРИТА ПРОЦЕДУРА ЗА ВЪЗЛАГАНЕ НА ОБЩЕСТВЕНА ПОРЪЧКА С ПРЕДМЕТ: „Осигуряване на дейности по информация и публичност” по Обособена позиция № 2: Осигуряване на дейности за информация и публичност по проект „Повишаване квалификацията на служителите от администрацията на централно ниво чрез усъвършенстване на знанията и практическите им умения за управление на софтуерни ИТ проекти в съответствие със съвременните методологии“**

**УВАЖАЕМИ ГОСПОЖИ И ГОСПОДА,**

След запознаване с документацията за участие в процедурата за възлагане на обществена поръчка за услуга с цитирания по-горе предмет ние, БГМат ООД ЕИК 131017461. 131017461, адрес на управление : гр. София – 1421, бул. Св. Наум № 15, представлявано от Виолина Цветанова Костова, с Банкова сметка IBAN: BG64FINV915010UB220776

правим следното техническо предложение:

1. Заявяваме, че ще изпълним поръчката в съответствие с всички нормативни изисквания за този вид дейност, както и в съответствие с изискванията, посочени в техническата спецификация на Възложителя. Декларираме, че сме съгласни с поставените от Вас условия и ги приемаме без възражения.

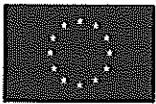
2. Предлагаме да изпълним дейностите от обхвата на обществената поръчка по начин и в срокове, както следва:

2.1. Предложение за изпълнение на дейност: „Изработване на Комуникационна стратегия за кампанията за информация и публичност”

#### **АНАЛИЗ И ОБОСНОВКА НА КАМПАНИЯТА:**

Настоящата кампания има за цел да информира гражданите за резултатите от проект свързан с повишаване квалификацията на служителите от администрацията на централно ниво в МТИТС чрез усъвършенстване на знанията и практическите им умения за управление на софтуерни ИТ проекти в съответствие със съвременните методологии. Да се осигури информация и публичност на проекта, осъществяван с финансовата подкрепа на ОПАК, като се използват подходящи комуникационни средства и канали. Да се предостави на всички заинтересовани страни, както и на широката общественост, информация за целите, които проектът преследва и да се популяризира финансовият принос на ОПАК, Европейския социален фонд и Европейския съюз за тяхната реализация.

За да бъдат постигнати целите и резултатите на кампанията и да бъдат информирани реално потребителите, предоставяната информация за резултатите от проекта ще бъде ясна, конкретна и обективна. Целта ни ще бъде да представим пред широката общественост много ясно и точно позитивите от от това служителите на МТИТС да



бъдат с подходящата квалификация и умения за работа с новите технологични системи, което ще рефлектира в положителна посока в обслужването на гражданите и бизнеса.

Кампанията ще използва и миксира няколко различни информационни и комуникационни инструменти и медийни канали, които са най-подходящи за предоставяне на информацията свързана с резултатите от изпълнението на проекта и ползите за широката общественост, за да се постигнат следните **ЦЕЛИ**:

- Отразяване на проекта сред широката общественост – цели, дейности, резултати и ползи;
- Осигуряване на публичност и прозрачност на проекта и етапите на неговото изпълнение;
- Създаване на положителна нагласа в обществеността за работата на МТИТС;
- Постигане на високо ниво на информираност в обществото за финансовия принос на ЕС за реализацията на проекта, с цел повишаване на доверието и оценката на обществеността за ЕС;
- Привличане на медиите като официален партньор в процеса на отразяване на проекта и напредъка му, както и неговата значимост.

#### РАЗРАБОТКА НА КОМУНИКАЦИОННА СТРАТЕГИЯ

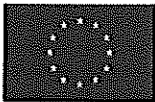
В изпълнение на тази дейност, която е основополагаща за реализацията на всички останали дейности на поръчката, ние ще разработим Комуникационна стратегия на дейностите за информация и публичност. Комуникационната стратегия ще бъде фокусирана върху целевите групи, информационните канали и техники, които са най-подходящи за предоставяне на информация за проекта, за целите, които той преследва и за популяризиране на финансовия принос на Европейския съюз за реализацията му.

Комуникационната стратегия ще съдържа следните елементи:

1. Приоритети и цели;
2. Целеви групи;
3. Комуникационни канали;
4. Информационни и комуникационни средства и методи;
5. Дейности;
6. План за действие – времеви график за изпълнение на комуникационната стратегия;
7. Индикатори за изпълнение.

Ние ще изпълним дейността по разработване на Комуникационната стратегия до 20 (двадесет) работни дни от подписване на договора за възлагане на обществената поръчка.

След приключване на информационната кампания, ние ще изготвим и представим за одобрение на Възложителя финален доклад за резултатите от проведената информационна кампания не по-късно от крайния срок за изпълнение на поръчката. Следе всяка реализирана дейност ще предоставяме междинни доклади за изпълнение на конкретната дейност.



## КОНЦЕПЦИЯ ЗА РАЗРАБОТКА НА КОМУНИКАЦИОННА СТРАТЕГИЯ

Стратегията, която залагаме е максимално покритие сред целевата аудиторията, чрез използване на разнообразни информационни канали и инструменти.

**1. Цели и приоритети** - Целта на Комуникационната стратегия е да предаде разбираемо използвайки различни комуникационни канали и техники на всички заинтересовани страни и най-вече на широката общественост конкретно послание, което най-общо трябва да съдържа следното:

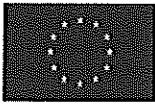
- информирност по отношение на финансовата и институционална рамка на проект „Повишаване квалификацията на служителите от администрацията на централно ниво чрез усъвършенстване на знанията и практическите им умения за управление на софтуерни ИТ проекти в съответствие със съвременните методологии“;
- информирност за ролята на Европейския съюз и ЕСФ при отпускане на помощта;
- информирност за ролята на МТИТС в процеса на изпълнение на проекта и прозрачност по отношение на неговите резултати и ползи за обществеността;
- създаване на положителна нагласа и убеждение в гражданите, че е повишена прозрачността;
- информирност по отношение на повишената квалификация на служителите в различни звена на МТИТС;
- привличане на медиите като официален и постоянен партньор в процеса на отразяване на проекта и неговата значимост, включително резултатите от неговата реализация.

Основен акцент ще бъде поставен върху широката общественост, за да могат те ясно да разберат целите и ползите от проекта и да се идентифицират с значимостта на резултатите.

За успешното изпълнение на заложените в кампанията мерки за информация и публичност пред широката общественост относно всички въпроси, свързани с осигуряването на информация и публичност на ниво проект, респективно постигането на поставените цели на комуникационния план, е необходимо осигуряване на непрекъснато партньорство между различните участници в процеса и най-вече с медиите, които ще играят ролята на мост между МТИТС и широката общественост.

Тази цел може ще бъде постигната чрез достигане до обществеността посредством предпочитаните от тях комуникационни канали, при използване на внимателно подбран кръг от инструменти.

**2. Целеви групи** - Поради спецификата на проекта и неговото финансиране, както и всички приложими регламенти и правила за публичност и визуализация, може да се каже, че целевите групи са: Широка общественост – гражданите и бизнеса на РБългария; експерти или звена в рамките на УО, отговорни за мерките за информация и публичност; средствата за масово осведомяване чрез журналистите; администрацията на МТИТС



**3, 4. Комуникационни канали, средства и методи** - За постигане на целите на плана е избрана комбинация от различни инструменти и канали, които са: заключителна конференция; Работа с медиите – журналисти; Различни видове информационни материали – прессъобщение или информационни карета, информационни и рекламни материали.

Ще използваме следните канали на информираност и комуникация: Национални всекидневници, Обществени събития.

Като инструменти ще използваме: публикуване на пресъобщения, организиране и провеждане на заключителна конференция, изработване и разпространение на рекламни материали.

**5. Дейности** – Планираните дейности за изпълнение на информационната кампания изцяло отговарят на изискванията на Възложителя. При разработването на стратегията ще се разпишат всички взаимовръзки на видовете дейности спрямо всеки информационен канал и инструменти за изпълнение на кампанията.

**6. План на действие** – Дейностите, предвидени за изпълнение в рамките на дефинирания срок се характеризират с относителна съподчиненост и автономност. Тази относителна автономност открива възможност за изпълнение на поставените задачи в срок, чрез паралелна работа по отделните задачи, но същевременно налага строг синхрон на свързаните дейности във времевия график.

В съответствие с дефинирания срок за изпълнение ще бъде приложен следния подход:

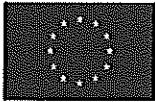
**„ПОДХОД ЗА ГЪВКАВА ПАРАЛЕЛНА РАЗРАБОТКА НА ЧАСТИЧНО СВЪРЗАНИ ЗАДАЧИ ПРИ ПОЕТАПНА ОБРАТНА ВРЪЗКА В ЗОНИТЕ НА ТЯХНАТА ОТНОСИТЕЛНА СЪПОДЧИНЕНОСТ“.**

Същността на избраният подход се свежда до:

- дефиниране на **относително самостоятелни задачи**;
- дефиниране на степенната им на **свързаност и съподчиненост**;
- разработване на **кръстосан график и индикатори за напредък**, чрез които периодично се оценява напредъка на отделните задачи, тестват се за съответствие с променящите се параметри на тяхното задание, свързано с поетапното разработване на общите концепции, синхронизират се в зависимост от променените условия;
- възможности за **гъвкавост на предварителния график при възникване на извънредни ситуации**. Гъвкавостта се осигурява чрез предварително заложен резерв от времеви, финансови, технически и човешки ресурси.

Основния подход, който ще приложим при изпълнението на конкретните дейности е свързан с подходящо комбиниране на различните канали и инструменти за комуникация, за да може да се достигне не само до широката аудитория, но и да се осигурява непрекъсваемост на процеса на информиране и публичност.

Плана за действие освен това ще бъде разработен в неговата цялост като ще съдържа освен разпределението на конкретните задачи във времето и цялостен медиа план – комбиниращ всички видове информационни канали.



**7. Индикатори за изпълнение** – За наблюдение и оценка на комуникационните дейности ще бъдат използвани следните **индикатори**, които ще бъдат приложими към всички целеви групи дефинирани по-горе:

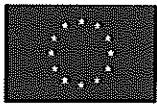
Комуникационен инструмент	Индикатори	Референтен брой
Обществени събития	Брой организирани събития; Брой присъствали журналисти; Брой присъствали официални гости; Брой на подготвените инфо материали; Брой раздадени рекламни материали.	Минимум: 1 заключителна конференция организирана и проведена; 15 журналиста присъствали на конференцията; 60 участника взели участие в конференцията; 60 инфо материали подготвени за събитието; 60 комплекта с рекламни материали раздадени на участниците; реализирани материали, статии, предавания по конкретната тема
Прессъобщения	Брой публикувани прессъобщения в печатни медии	Минимум: 3 прессъобщения публикувани в 3 национални всекидневника;
Рекламни материали	Брой на изработени материали	Изработени и разпространени рекламни материали: 1 бр. банер на стойка; 350 flash памети; 200 метални химикалки.

**Ресурси:**

- *човешки* – ключови експерти: Ръководител екип; Медия планиране;
- *технически* – компютри и софтуер;

2.2. Предложение за изпълнение на дейност: „Изработване и публикуване на прессъобщения в национални печатни медии“

**Описание:** Ние се ангажираме да изработим **3 прессъобщения**, както и да осигурим тяхното публикуване в 3 (три) национални всекидневника, съгласно стратегически медия план, с цел осигуряване на информираност и публичност по изпълнението на проект „Повишаване квалификацията на служителите от администрацията на централно ниво чрез усъвършенстване на знанията и практическите им умения за управление на софтуерни ИТ проекти в съответствие със съвременните методологии”,



осъществяван с финансовата подкрепа на ОПАК, съфинансирана от ЕС чрез ЕСФ, съгласно изискванията в документацията на Възложителя и нашата оферта.

### Методология на изпълнение:

- Подготовка на визуална концепция и съдържание на прессъобщенията.
- В срок до 3 (три) работни дни от получаване на заявка за пресъобщението ние ще представим на Възложителя минимум три варианта на дизайн на съответния материал, който следва да се публикува. Възложителят респективно следва да избере един от тези варианти или да направи комбинация от предложените.
- В случай на отхвърляне от страна на Възложителя на предложените варианти, ние се ангажираме да представим нови 3 (три) варианта, в срок до 2 (два) работни дни от последваща заявка на Възложителя.
- След одобряване на даден вариант на дизайн на конкретен материал, ние ще осигурим неговото публикуване в срок до 3 (три) работни дни, считано от дата на одобряване и съгласно актуализирания медия план.

### Съдържание и визия:

- Пресъобщенията като основен комуникационен инструмент ще съдържат информация за прокта и/или информация за резултатите от проекта.
- Графичната визия на всички материали ще бъде подчинена на единна творческа концепция обща за всички визуални материали по проекта и ще бъде съобразена с целта на кампанията.
- Текстът на материала ще бъдат подготвен от професионален копорайтър, като ще бъде ясен, разбираем и изчерпателен.
- Пресъобщенията ще бъдат брандирани със задължителните елементи за информация и публичност съгласно Регламент 1828/2006 на ЕК.

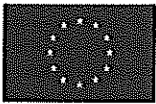
### СТРАТЕГИЧЕСКИ МЕДИЯ ПЛАН

#### Пресъобщения в национална преса

Медиите в плана са планирани, въз основа на изискванията заложенни в заданието, анализ на аудиторията съгласно дефинираните целеви групи, тиражите за достигане на максимална покриваемост.

- Брой пресъобщения заложенни в плана - 3 бр.
- Брой национални всекидневници – 3 бр.
- Общ брой издания на комуникацията в пресата за миналата година – 180 000 бр.  
*/въз основа официално обявените тиражи от медиите/*

Вестник	тираж	основа	височина	страница	размер	мерна единица	#
	2014	колони	мм				
Телеграф	145 000	4	148	вътрешна страница Политика/Бизнес	592	колмм	4
Монитор	20 000	4	148	вътрешна страница Политика/Бизнес	592	колмм	4
Новинар	15 000	172	146	вътрешна страница Политика/Бизнес	251,12	кв.см.	4



**Технически параметри на материала:**

- *Прессъобщения* – Размер: не по-малък от 250 кв. см. или 592 кол. мм., публикувани на вътрешна страница – „Политика” и/или „Бизнес”, пълноцветна публикация.

		МЕДИЯ ПЛАН																													
Вестник	покрытие - всекидневник	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
		п	в	с	ч	п	с	н	п	в	с	ч	п	с	н	п	в	с	ч	п	с	н	п	в	с	ч	п	с	н	п	в
Телеграф	национален								1																						
Монитор	национален									1																					
Новинар	национален										1																				

*Забележка: Разположението в медия плана ще бъде фиксирано спрямо нуждите на Възложителя след подписване на договор за изпълнение.*

**Чрез заложения медия микс:**

- достигаме до целевата аудиторията /изпълняваме комуникационните цели/;
- постигаме максимална ефективност на вложените средства;
- осигуряваме в максимална степен информираност и публичност на проекта на МТИТС.

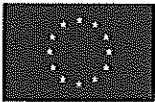
След приключване на дейностите, свързани с публикуване на прессъобщенията, ние ще изготвим и представим на Възложителя доклад за извършената работа не по-късно от крайния срок за изпълнение на поръчката.

**Ресурси:**

- *човешки* – ключови експерти: Медия планиране;
- *технически* – компютри и софтуер;
- *друго* – медия план.

2.3. Предложение за изпълнение на дейност: „Провеждане на заключителна конференция с участие на представители на медиите и целевите групи за дискутиране на дейностите по обучение на служители от централната администрация, ангажирани с реализацията на софтуерни проекти и на обучители”

**Описание:** Ние се ангажираме да организираме и проведем **1** **заключителна конференция** за осигуряване на информираност и публичност по изпълнението на проект „Повишаване квалификацията на служителите от администрацията на централно ниво чрез усъвършенстване на знанията и практическите им умения за управление на софтуерни ИТ проекти в съответствие със съвременните методологии”, осъществяван с финансовата подкрепа на ОПАК, съфинансирана от ЕС чрез ЕСФ, съгласно изискванията в документацията на Възложителя и при изпълнение на следните конкретни задачи описани по-долу в нашата примерна концепция.



## ПРИМЕРНА КОНЦЕПЦИЯ ЗА ПОДГОТОВКА И ОРГАНИЗИРАНЕ НА ЗАКЛЮЧИТЕЛНА КОНФЕРЕНЦИЯ

Цялостно организиране и провеждане на заклучителна конференция за до 60 човека с участието на медиите в гр. София за представяне на резултатите от проекта.

### Етап 1. Предварително съгласуване

В срок до 10 (десет) работни дни след получаване на заявка от страна на Възложителя за „Организиране и провеждане на заключителна конференция за до 60 човека с участието на медиите“, ние ще подготвим и представим за съгласуване и одобрение цялостна концепция за подготовка и организация на заключителната конференция. Концепцията ще включва:

- 3 (три) варианта на предложения за място, визия, както и подробен план за действие, конкретните стъпки по организирането, провеждането и отчитането на мероприятиято, с посочен срок на изпълнение на дейностите;
- Цялостна визия на събитието, включваща: визия на залата, техническо обезпечаване на провеждането на конференцията, менютата за кафе паузата и обяда, информационните и презентационни материали, програмата на конференцията, подготовката на представителите на екипите на Възложителя и Изпълнителя и други;
- Подробен план за действие на провеждането на събитието, с който ще се гарантира безпроблемната организация и изпълнение на всички задачи.
- „Step by step“ алгоритъм (конкретни стъпки) за организирането, провеждането и отчитането на събитието, с посочен срок за изпълнение на всяка планирана дейност по организацията и провеждането на заключителната конференция. Този документ ще дава ориентир на екипа за отговорностите на всеки експерт, за крайните срокове на всяка задача, за необходимите ресурси и въобще за цялата подготовка преди и по време на публичното събитие.

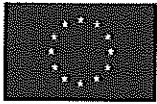
Възложителят следва да разгледа предложените варианти и да избере един от тях. В случай, че нито един от вариантите не съответства на изискванията на Възложителя, то последния е в правото си да изисква допълнително нови 3 (три) варианта за одобрение. В този случай, ние като Изпълнител, гарантираме, че ще предоставим допълнителни 3 (три) варианта за съгласуване и одобрение, като преди това обсъдим с Възложителя неговите коментари и изисквания по отношение както на локацията, така и на визията и програмата.

### Етап 2. Подготовка

След одобрение на финален вариант на Концепцията от Възложителя и дефиниране на точна дата за провеждане на заключителната конференция, ние ще пристъпим към подготовка на цялостната организация на провеждане на публичното събитие:

1. Подготовка на визия на поканите до участниците (дизайн и текст). Поканите ще бъдат разработени в два варианта – печатна и електронна покана, като и двете ще бъдат с единна визия. Поканите ще бъдат предварително съгласувани и одобрени от Възложителя.





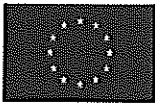
2. Изпращане на поканите по електронен път до участници, които ще бъдат предоставени в списък от Възложителя, както и до журналисти от национални печатни и електронни медии предоставени в списък от нас. На всички поканени участници ще бъде изпратена и електронна форма за регистрация за публичното събитие.
3. Доставка с куриер на хартиените покани до всички участници и представители на медиите. Два дни след изпращане на поканите, ние ще организираме и проведем прозвъняване на участниците от списъка (дори и някои от тях да са потвърдили чрез електронна регистрация своето участие) и осигуряване на тяхното потвърждаване за участие в конференцията. След приключване на тази процедура, на Възложителя ще бъде предоставен актуален списък с участниците, които са потвърдили своето присъствие.
4. Подготовка на информационните папки – Наш ангажимент ще бъде да подготвим предварително комплекти с материали, които ще се раздават на участниците в заключителната конференция. Ние предлагаме за всеки участник да бъдат подготвени следните материали – папка, химикалка и блок ноти всички брандирани съгласно правилата за визуализация на ОПАК, както и програмата на конференцията и копия на презентациите на лекторите. В папките на журналистите ще бъде поставена и специална прес информация предварително съгласувана и одобрена от Възложителя. Освен това към всяка информационна папка ще бъдат комплектовани и предоставени и рекламни материали предоставени от Възложителя.
5. Отпечатване и окомплектоване на анкетни карти за присъстващите за измерване удовлетвореността им от събитието. Анкетните карти ще бъдат събрани след края на конференцията, анализирани, а резултатите предоставени на Възложителя в доклада.
6. Подготовка на визията на залата – определяне на президиума и неговото местоположение и начина на разположение на столовете в залата; подготовка на указателни табели, банери, знамена и тяхното локализиране в залата; техническото обезпечаване на провеждането на конференцията; мястото на регистрация на участниците. Визията, която ще бъде част от цялостната концепция и предварително ще бъде съгласувана и одобрена от Възложителя ще бъде представена и във вид на графична концепция.
7. Договаряне на условията (предварително съгласувани и одобрени от Възложителя) с хотела – зала и техническо обезпечаване, менюта, вкл. часовете на кафе паузат и обяда, друга важна и полезна информация.

### **Етап 3. Организация, провеждане и контрол**

**Място на провеждане – избор на локация: гр. София**

**Времетраене: 1/2 ден**

**Участници: 60 участника** – представители на целевите групи, представители на Възложителя, официални гости, лектори, журналисти (представители на национални печатни и електронни медии).



Европейски съюз



ОПАК Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

**Организация:** В деня преди провеждане на заключителната конференция нашият екип отговарящ за провеждането на събитието ще извърши проверка на залата, акустиката /озвучаването/, разположението на масите и столовете и други технически параметри свързани с безпроблемното протичане на събитието. Предварително ще бъдат подготвени комплектите с материали и консумативи за участниците – папки, химикалки, брандирани блок-ноти, програмата на конференцията, презентациите на лекторите, рекламните материали, баджове за участниците, както и ще се поставят необходимите атрибути за осигуряване на публичността и информираността на проекта на подходящи за целта места. Ще бъдат подготвени и табелки с имената на лекторите и модераторите на съответните места в залата. Ще се подготвят и поставят и насочващи и информативни табели за събитието. Ние ще извършим проверка на менютата за кафе-паузата и обяда за спазване на предварително одобрените от Възложителя менюта и часове. Нашият екип ще отговаря за регистрацията на участниците, като за целта ще бъдат подготвени специални бланки, в които да се попълват данните на регистриращите се. Всеки регистриран ще получава и съответната информационна папка.

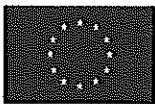
Експерти от нашия екип, освен в периода на регистрация на участниците, ще присъстват и ще бъдат на разположение на екипа на Възложителя през цялото време на самото провеждане на конференцията, като по този начин ще могат да реагират незабавно на всяко изискване на Възложителя за осигуряване на техническа или друг вид помощ. Нашите експерти ще имат грижата да следят да се спазва програмата в рамките на зададените часове, като информират участниците, че предстои кафе пауза или обяд и т.н., както и къде ще се проведе.

Ние се ангажираме да извършим фото и видео заснемане по време на провеждането на конференцията, като снимковия и видео материал ще бъде предоставен на екипа на Възложителя след приключване на събитието, заедно с доклада.

В допълнение ние ще предоставим цифров рекордер, с помощта на който да се документира и протоколира публичното събитие. Файловете ще бъдат предоставени на Възложителя, а резюме на изказванията, обсъжданията и други ще бъдат изготвени във вид на доклад и предоставени в хартиен и цифров вариант на екипа на Възложителя.

Лектори, представители на екипа на Възложителя, отговорни за провеждане на обученията на служителите на МТИТС ще присъстват на конференцията с цел да преставят проекта, като техните разходи ще бъдат поети от Изпълнителя.

**Зала:** За провеждането на заключителната конференция ще бъде осигурена напълно климатизирана конферентна зала с капацитет до 100 места и разположена в сградата на хотел категория минимум пет звезди, с централно местоположение в град София. Залата ще бъде оборудвана със съответната техника, необходима за провеждане на конференцията и описана по-долу. Мястото за регистрация ще бъде позиционирано пред самата зала. В залата ще бъде инсталиран президиум декориран по подходящ начин за речите на официалните гости и презентаторите.



Вътре залата ще бъде брандирана с банер – транспарант и знамена, а отвън с информационни плакати, като банера и плакатите ще отговарят на изискванията за публичност, съгласно Регламент на Съвета (ЕО) № 1083/2006 и Регламент на Комисията (ЕО) № 1828/2006 и на ОПАК.

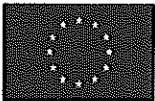
**Техническо обезпечаване:** Залата за провеждане на конференцията ще бъде оборудвана със следната техника: един видеоекран; един мултимедиен проектор; един лаптоп, комутиран с мултимедийния проектор; озвучителна система; флип чарт. Техниката ще бъде разположена на отделна маса така, че всички участници да виждат презентациите.

**Кетъринг:** За всички участника по време на конференцията ще бъдат подsigурени **1 кафе пауза и 1 обяд**. Кафе паузата ще включва кафе, чай, минерална вода и дребни сладки и соленки. Обяда ще включва салати, топла кухня, вода, безалкохолни напитки и вино, десерт на блок маса. Часовете на кафе паузата и обяда ще бъдат съгласно предварително одобрените и съгласувани с Възложителя програми за провеждане на публичното събитие. В допълнение ние се ангажираме да осигурим зареждане с вода на масата, където ще бъдат разположени участниците в конференцията.

#### **Етап 4. Отчетност**

Ще бъде подготвена и разпространявана анкетна карта в рамките на конференцията за мониторинг на удовлетвореността на участниците. Обобщените резултати от това проучване ще бъдат предоставяни на екипа на Възложителя след приключване на конференцията в доклада.

Нашият екип ще изготви и предостави на Възложителя доклад за събитието, съдържащ: копия на присъствени списъци на участниците; копия на анкетни карти и обобщена информация и резултати от тях; копия на материалите предоставени на участниците в конкретния семинар; снимков и видео материал; протоколиран доклад с изказванията, обсъжданията и дискусиите по време на конференцията. Докладът ще бъде предоставен на Възложителя в рамките на 5 дни след приключване на публичното събитие.

**Примерен график на изпълнението:**

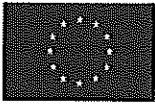
Задача	ден 1	ден 2	ден 3	ден 4	ден 5	ден 6	ден 7	ден 8	ден 9	ден 10	ден 11		ден 17	ден 18	ден 19	ден 20	ден 21	ден 22	
Подготовка на цялостна концепция за подготовка и организация на конференцията																			
Одобрение на концепцията																			
Подготовка на визия на: поканите, анкетната карта и информационните материали																			
Одобрение на поканите и материалите																			
Изпращане на поканите и осъществяване на обратна връзка																			
Брандиране на материалите																			
Окомплектоване на материалите за участниците																			
Договаряне на окончателните условия по организацията на конференцията с хотела																			
Мониторинг на подготовката на залата																			
Провеждане на конференцията																			
Доклад от събитието																			

**Ресурси:**

- *човешки* – ключови експерти: Ръководител екип, Организатор на публични събития, Дизайн и изработка на рекламни материали; видео оператор, фотограф, технически сътрудник;
- *технически* – оборудване за залата (описано по-горе); видео камера и фотоапарат; цифров диктофон;
- *друго* – информационни материали за брандиране на залите и местата; комплекти с материали за участниците (информационни папки); регистрационни и анкетни карти.

2.4. Предложение за изпълнение на дейност: „Изработване и разпространение на рекламни материали ”

**Описание:** Изработването и разпространението на рекламни материали за проекта следва да се разглежда, като неразделна част от инструментариумите за повишаване на обществената информираност за ОПАК и самият проект.



Нашата цел ще бъде да подпомогнем в максимална степен Възложителя в процеса на изпълнение на заложеното в комуникационната стратегия. За изработването на рекламните материали ще използваме алгоритъм на работа, който в пълна степен гарантира качествена изработка на материалите и креативна визия.

Изработването на рекламните материали ще премине през няколко етапа.

### **Етап 1. Доставка на мостри и разработване на идейни проекти за брендиране на материалите**

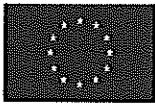
След подписване на договор за изпълнение, ние ще проведем встъпителна среща с екипа на Възложителя, на която среща ще се обсъждат вижданията на екипа на Възложителя за дизайна на материалите, както и индикативен времеви график за изпълнение на конкретните заявки. Веднага след встъпителната среща ключовият експерт по дизайн и изработка на рекламните материали (наричан по-долу Дизайнер) ще стартира с изработване на дизайна на идейните проекти на всички рекламни материали, които трябва да бъдат реализирани в рамките на договора и съгласно изискванията на Възложителя. Идейните проекти ще бъдат разработени по гъвкава схема, която да представя цялостния дизайн на всеки материал. Ще бъдат изработени по 2 макета от вид рекламен материал с различни визуални концепции. При изработването на всеки идеен проект на рекламен материал стриктно ще се спазват правилата и насоките за осъществяване на мерките за информация и публичност на ОПАК, както и техническите правила за изображението на знаците и надписите на всички изискуеми атрибути. Дизайнерът ще подготви и по минимум 3 (три) мостри на всеки рекламен материал за представяне на работната среща и възможност за избор от страна на Възложителя.

### **Етап 2. Избор на рекламен материал, съгласуване и корекции на брендинга**

След като идейните проекти бъдат готови и мострите на рекламните материали осигурени, ще бъде организирана и проведена работна среща между екипите на Възложителя и Изпълнителя. В рамките на тази среща ще се разгледат и обсъдят представените от нас идейни проекти и мостри на рекламни материали. Възложителят ще има възможност да избере мостра за всеки рекламен материал, както и да генерира мнения, препоръки, коментари и предложения по идейните проекти на материалите. Всичко това ще бъде отразено в протокол от срещата. Ако Възложителят избере един от двата варианта на графични концепции на визията на рекламните материали в рамките на работната среща, то това ще бъде основа за подготовка на окончателния вариант за одобрение и печат. В противен случай, ако Възложителят има някакви коментари и забележки, същите ще бъдат отразени в протокола и дизайнерът ще коригира идейните проекти, които отново ще бъдат предоставени на Възложителя за съгласуване и одобрение. Последното може да се осъществи и по електронен път.

### **Етап 3. Изработване на работни проекти**

След нанасяне на корекциите (ако има такива), дизайнерът ще подготви съответните работни проекти, които също ще бъдат изпратени на Възложителя за окончателно одобрение. Окончателното приемане на крайния вариант на всеки материал (вид и дизайн) ще се доказва с двустранно подписан утвърдителен протокол и само и след неговото подписване ще се извършва брендирането на рекламните материали. При



изготвяне на рекламните материали стриктно ще се спазват изискванията за информация и публичност на Регламент 1828/2006 на ЕК.

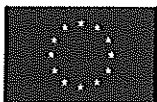
#### Етап 4. Брандиране и доставка на рекламните материали

След подписване на утвърдителния протокол дизайнерът ще пристъпи към подготовка на предпечатна на всеки рекламен материал и изпращането му към печатната база за изпълнение на брандирането. Всички материали ще бъдат и подходящо пакетирани в пакети, всеки съдържащ определено количество, което ще бъде отразено, така че да е видно. Материалите ще бъдат доставени на Възложителя директно, което ще бъде удостоверено с подписването на проемо-предавателен протокол подписан от двете страни след установяване на съответната бройка и спазване на изискванията на техническите параметри съгласно заданието на Възложителя, нашата оферта и утвърдителния протокол.

Следните рекламни материали ще бъдат изработени, брандирани и доставени:

№	Рекламни материали	Брой
1.	<p><i>Метална flash памет с лазерно гравирано лого на проекта</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Запис на презентационен материал върху 350 бр. USB</li> <li>• Материал: метал</li> <li>• Тираж: 350</li> <li>• Размер: 8 GB</li> <li>• Брандиране със запазената марка на програмата: лазерно гравирание</li> </ul>	350
2.	<p><i>Метална химикалка с лазерно гравирано лого на проекта</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Материал: метален корпус с метален клипс</li> <li>• Дебел пълнител</li> <li>• Прибиращ се писец</li> <li>• Брандиране със запазената марка на програмата: лазерно гравирание</li> </ul>	200
3.	<p><i>Банер и банер дисплей</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Размери: 80/200 см.</li> <li>• Материал банер: винил</li> <li>• Цветност: 4+0 (едностранен, пълноцветен печат)</li> <li>• Материал банер-дисплей: алуминий/пластмаса</li> <li>• Лесно сглобяема и разглобяема стойка</li> <li>• Чанта/сак за пренасяне</li> <li>• Брандиране: със запазената марка на програмата: 4 цвята</li> </ul>	1

**Срок на изпълнение:** до 30 (тридесет) работни дни след получаване на заявка от страна на Възложителя, но не по-късно от крайния срок за изпълнение на поръчката – 31.08.2015 г.



Европейски съюз



ОПАК. Експерти в действие



Европейски социален фонд  
Инвестиции в хората

**Примерен график на изпълнението на рекламните материали:**

Задача	ден 1	ден 2	ден 3	ден 4	ден 5	ден 6	ден 7	ден 8	ден 9	ден 10	ден 11	ден 12	ден 13	ден 14	ден 15	ден 16	ден 17	ден 18	ден 19	ден 20	ден 21	ден 22	ден 23	ден 24	
Разработване на идейни проекти за брендиране на материалите																									
Избор на моистри и съгласуване и одобрение на идейните																									
Корекции и последващо одобрение на идейните проекти (ако е необходимо)																									
Подготовка на работните проекти на рекламните материали																									
Окончателно одобрение на работните проекти																									
Брендиране																									
Доставка на готовите материали																									

**Ресурси:**

- *човешки* – ключов експерт: Дизайн и изработка на рекламни материали;
- *технически* – компютри и графичен софтуер, машини за лазерно гравирание, други;

За всеки артикул сме представили мостра, чиято визия и съдържание отговарят на посочените от Възложителя технически параметри.

За всеки рекламен материал е приложена и графична концепция – брендинг.

3. Декларация по чл. 33, ал. 4 от Закона за обществените поръчки (ако е приложимо):

Заявяваме, че **НЕПРИЛОЖИМО** (посочване на частите от офертата, за които се декларира конфиденциален характер) имат конфиденциален характер и не следва да бъдат разкривани от Възложителя.

С уважение,

Подпис и печат:

Виолина Костова

Управител



Дата: 02.04.2015 г.

000015



# Fibank

Първа инвестиционна банка



## Плащане от/към бюджета

Счет. дата: 08/07/2015

Референция: U01PWBB151890027

Платете на - име на получателя:		
М Т И Т С		
IBAN на получателя:		BIC на банката на получателя:
B G 7 7 B N B G 9 6 6 1 3 3 0 0 1 2 4 8 0 1		B N B G B G S F
При банка - име на банката на получателя:		Вид плащане*:
Б Ъ Л Г А Р С К А Н А Р О Д Н А Б А Н К А		
<b>ПЛАТЕЖНО НАРЕЖДАНЕ</b>		Вид валута: Сума:
за плащане от/към бюджета		B G N 3 4 0 . 0 0
1	Вид плащане*:	Сума:
		3 4 0 . 0 0
Основание за плащане :		
Г а р а н ц и я И з п ъ л н е н и е - О П О с и г у р и н ф о р м а		
Още пояснения:		
П у б л и ч н о с т - З о б о с . п о з и ц и и , з а О П 2		
Вид и номер на документ, по който се плаща:		Дата на документа:
9		0 8 / 0 7 / 2 0 1 5
Период, за който се плаща:		
От дата:		До дата:
Задължено лице - наименование на юридическото лице или трите имена на физическото лице:		
Б Г М А П О О Д		
ЕИК / БУЛСТАТ на задълженото лице:	ЕГН на задълженото лице:	ЛНЧ на задълженото лице:
1 3 1 0 1 7 4 6 1		
Наредител - наименование на юридическото лице или трите имена на физическото лице:		
Б Г М А П О О Д		
IBAN на наредителя:		Валута: BIC на банката:
B G 6 4 F I N V 9 1 5 0 1 0 U B 2 2 0 7 7 6		B G N F I N V B G S F
Платежна система:		Дата за изпълнение: Вид плащане*:
БИСЕРА		0 8 / 0 7 / 2 0 1 5
За суми над 100 хил. лева преводът се насочва към RINGS, независимо от Вашия избор.		
Уведомен/и съм/сме, че ПИБ АД осигурява на разположение на клиентите в банковите салони и на интернет страницата си на адрес: www.fibank.bg действащите Общи условия за ползване на Виртуален банков клон на ПИБ АД, Общи условия за откриване и водене на банкови сметки и за предоставяне на платежни услуги и Тарифата за такси и комисиони, като с подписване на настоящия документ потвърждавам/е, че предварително съм/сме запознат/и с тях и ги приемам/е. Данните и информацията, посочени по-горе, са верни, точни и пълни.		



ГЛАВА II

**РАЗПОРЕДБИ ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА РЕГЛАМЕНТ (ЕО) № 1083/2006**

Раздел 1

**Информирание и публичност**

Член 2

**Изготвяне на комуникационен план**

1. Комуникационният план, както и всяко важно изменение, което се въвежда в него, се изготвят от управителния орган на оперативната програма, за която той отговаря или от държавата-членка, когато става въпрос за няколко или група от оперативни програми, съфинансирани от Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР), Европейския социален фонд (ЕСФ) или Кохезионния фонд.

2. Комуникационният план включва най-малко следните елементи:

- а) целите и целевите групи;
- б) стратегията и съдържанието на действията за информирание и публичност, които трябва да се провеждат от държавата-членка или от управляващия орган за сведение на потенциалните бенефициери, на бенефициерите и на широката общественост по отношение на добавена стойност от помощта на Общността на национално, регионално и местно равнище;
- в) индикативния бюджет за въвеждане на плана;
- г) административните отдели и органи, отговарящи за изпълнението на действията за информация и публичност;
- д) условията и реда за оценка на действията за информация и публичност по отношение на видимостта и осведомеността за оперативните програми и ролята на Общността.

Член 3

**Преглед на съответствието на комуникационния план**

Държавата-членка или управителният орган представят комуникационния план на Комисията в срок от четири месеца, считано от датата на приемане на оперативната програма или, когато комуникационния план обхваща две или повече оперативни програми, считано от датата на приемането на последната оперативна програма.

При отсъствие на забележки от страна на Комисията, в рамките на два месеца след получаването на комуникационния план, той се счита приведен в съответствие с член 2, параграф 2.

Ако Комисията формулира забележки в срок от два месеца след получаването на комуникационния план, държавата-членка или управляващият орган предават на Комисията редактиран комуникационен план в срок от два месеца.

При отсъствие на други забележки от страна на Комисията, два месеца след представянето на редактирания комуникационен план, той се счита годен за въвеждане.

Когато е приложимо, държавата-членка или управляващият орган започват дейностите по информиране и публичност, предвидени с членове 5, 6 и 7, когато е уместно, че все още няма наличен комуникационен план.

#### *Член 4*

##### **Въвеждане и мониторинг на комуникационния план**

1. Управляващият орган информира мониторинговия комитет за всяка оперативна програма за следните документи:

- а) комуникационен план и отчет за хода на въвеждането му;
- б) провеждани действия за информация и публичност;
- в) използваните средства за комуникация.

Управителният орган предоставя на мониторинговия комитет примери за такива мерки.

2. Годишните доклади и окончателният доклад за изпълнението на оперативната програма, посочени в член 67 от Регламент (ЕО) № 1083/2006, включват:

- а) примери за действия за информация и публичност, отнасящи се за оперативните програми, провеждани в рамките на въвеждането на комуникационния план;
- б) условията и редът за действията за информация и публичност, посочени в член 7, параграф 2, буква г), включително, когато е приложимо, адреса на електронната поща, където са налични данните;
- в) съдържание на важните изменения, внесени в комуникационния план.

Годишният доклад за изпълнението за 2010 г. и окончателният доклад за изпълнението включват глава, посветена на резултатите от действията за информация и публичност с оглед оперативните програми и ролята на Общността те да бъдат видни и осъзнати, съгласно разпоредбите на член 2, параграф 2, буква д).

3. Използваните средства за въвеждането, мониторинга и оценката на комуникационния план са пропорционални на действията за информация и публичност, така както са определени в комуникационния план.

#### *Член 5*

##### **Информационни мерки, предназначени за потенциалните бенефициери**

1. Управляващият орган гарантира, съгласно комуникационния план, че оперативната програма е обект на широко разпространение, като се посочва и финансовият принос на съответните фондове и се представя на разположение на всички заинтересовани страни.

Освен това, той гарантира възможно най-широкото разпространение на информацията относно предлаганите възможности за съвместно финансиране в рамките на оперативната програма на Общността и на държавите-членки.

2. Управляващият орган предоставя на потенциалните бенефициери ясна и подробна информация, която включва най-малко:

- а) условията за допустимост, които трябва да бъдат изпълнени, за да е възможно използването на финансиране по линия на определена оперативна програма;

- б) описание на процедурите по разглеждане на заявленията за финансиране и свързаните с това срокове;
- в) критериите за подбор на операциите, които трябва да бъдат финансирани;
- г) лицата за контакт, които на национално, регионално или местно ниво могат да предоставят информация за оперативните програми.

Освен това, управляващият орган информира потенциалните бенефициери за публикациите, предвидени в член 7, параграф 2, буква г).

3. Управляващият орган привлича за действията за информиране и публичност, в съответствие с националното законодателство и практики, най-малко едно от следните звена, което широко да разпространява изброените в параграф 2 данни:

- а) националните, регионални и местни органи, както и агенциите за развитие;
- б) търговските и професионални организации;
- в) социалните и икономически партньори;
- г) неправителствените организации;
- д) организациите, представляващи бизнеса;
- е) информационните центрове за Европа и представителствата на Комисията в държавите-членки;
- ж) учебните заведения.

#### *Член 6*

##### **Информационни мерки, насочени към бенефициерите**

Управляващият орган информира бенефициерите за това, дали приемането на определено финансиране води до тяхното включване в списъка на бенефициерите, публикуван в съответствие с член 7, параграф 2, буква г).

#### *Член 7*

##### **Отговорности на управляващия орган по отношение на мерките за информация и публичност, предназначени за широката общественост**

1. Управляващият орган гарантира, че мерките за информация и публичност се изпълняват в съответствие с комуникационния план и цели да се осигури възможно най-широко медийно покритие, с помощта на различни форми и методи на комуникация на съответното териториално равнище.

2. Управляващият орган е отговорен за организирането най-малко на следните действия за информация и публичност:

- а) голяма информационна кампания, оповестяваща стартирането на оперативната програма, дори и когато окончателната редакция на комуникационния план все още не е налице;
- б) поне една голяма информационна кампания годишно, както е установено в комуникационния план, представяща изпълнението на оперативната/те програма/и, включително, когато е приложимо, на големите проекти;
- в) издигане на знамето на Европейския съюз за една седмица, считано от 9 май, пред помещенията на всеки управляващ орган;
- г) публикуване, в електронен или друг формат, на списъка на бенефициерите, на името на операциите и на размера на публичните средства, отпуснати за операциите.

Името на участниците в операциите на ЕСФ не се упоменава.

#### *Член 8*

#### **Отговорности на бенефициерите по отношение на мерките за информиране и публичност, предназначени за широката общественост**

1. Бенефициерът е отговорен за информирането на широката общественост за финансовото подпомагане, което му е отпуснато от фондовете в приложение на мерките, предвидени в параграфи 2, 3 и 4.

2. Бенефициерът поставя постоянна обяснителна табела, която се вижда и е със значителни размери, най-късно шест месеца след приключването на всяка операция, отговаряща на следните условия:

- а) общото участие на публичните средства за операцията да е над EUR 500 000;
- б) операцията да се отнася до закупуване на материален обект или за финансиране на инфраструктурни или строителни работи;

В табелата се посочва видът и наименованието на операцията и елементите, изброени в член 9. Тези елементи следва да заемат минимум 25 % от табелата.

3. В хода на изпълнение на програмата бенефициерът издига информационно табло на площадката на всяка операция, отговаряща на следните условия:

- а) общото участие на публичните средства за операцията да е над EUR 500 000;
- б) операцията да се отнася до закупуване на материален обект или за финансиране на инфраструктурни или строителни работи.

Елементите, посочени в член 9 заемат минимум 25 % от таблото.

Когато операцията бъде завършена, таблото се замества от постоянната обяснителна табела, посочена в параграф 2.

4. Когато определена операция се ползва от финансиране по линия на оперативна програма, съфинансирана от ЕСФ и там когато е приложимо, когато определена информация се ползва от финансиране по линия на ЕФРР и Кохезионния фонд, бенефициерът гарантира, че участниците в операцията са информирани за това финансиране.

Бенефициерът посочва ясно, че операцията, която изпълнява, е избрана в рамките на оперативната програма, съфинансирана от ЕСФ, ЕФРР или Кохезионния фонд.

Всеки документ, включително всяко уверение за участие или друг сертификат, свързани с операция от този тип включва отметка, сочеща, че оперативната програма е съфинансирана от ЕСФ или, когато е приложимо, от ЕФРР или Кохезионния фонд.

#### *Член 9*

#### **Технически характеристики на действията за информация и публичност по отношение на операцията**

Всички действия за информация и публичност, предназначени за бенефициерите, потенциалните бенефициери и широката общественост включват следните елементи:

а) емблемата на Европейския съюз, в съответствие с графичните стандарти, установени в приложение I и позоваване на Европейския съюз;

б) позоваване на съответния фонд:

i) за ЕФРР: „Европейски фонд за регионално развитие“;

ii) за Кохезионния фонд: „Кохезионен фонд“;

iii) за ЕСФ: „Европейски социален фонд“;

в) изявлението, избрано от управляващия орган, подчертаващо получената добавена стойност от интервенцията на Общността, за предпочитане е: „Инвестиране във вашето бъдеще“.

Букви б) и в) не се прилагат за малки рекламни обекти.

#### *Член 10*

#### **Мрежи и обмяна на опит**

1. Всеки управляващ орган посочва лицата за контакт, отговарящи за информирането и публичността и информира за това Комисията. Освен това, държавите-членки могат да определят едно лице за контакт за всички оперативни програми.

2. Могат да бъдат установени мрежи на Общността, изградени от лица, определени съгласно параграф 1, за обмен на добри практики, включително резултатите от въвеждането на комуникационния план и обмяната на опит по отношение изпълнението на действията за информиране и публичност, посочени в настоящия раздел.

3. Обмяната на опит в областта на информацията и публичността може да използва финансиране по линия на техническата помощ, съгласно член 45 от Регламент (ЕО) № 1083/2006.