

## ПРОТОКОЛ

### № 1

Процедурата е открита с Решение № РД-01-2050 от 19.08.2015 г. на Кмета на Община Русе.

Днес, 29.09.2015 год. в 14:00 часа комисия, назначена със Заповед № РД-01-2535/29.09.2015 год. на кмета на Община Русе в състав:

#### ЧЛЕНОВЕ:

1. Владимира Иванова – младши експерт „Връзки с обществеността“;
2. Ивайло Иванов – началник отдел УССВТ;
3. Елена Ангелова – старши експерт СДЗП;
4. Милена Трифонова - ст. юрисконсулт отдел ПНО;
5. Николай Симеонов - младши експерт, дирекция „Европейско развитие“;

#### РЕЗЕРВНИ ЧЛЕНОВЕ:

1. Камелия Радева – старши експерт, дирекция „Европейско развитие“;
2. Ивелина Петкова – младши експерт, дирекция „Европейско развитие“;

**СЕКРЕТАР:** Мария Димитрова - младши експерт в отдел ОП.

се събра на публично заседание, по реда на чл. 68 от Закона за обществените поръчки (ЗОП), да отвори и разгледа представените оферти за участие в открита процедура за възлагане на обществена поръчка с предмет: **„Избор на изпълнител за публичност в срока на устойчивост на проект „Реки на времето” и маркетинг и реклама на създадените туристически продукти“**, след което да оцени и направи класирането на допуснатите до участие. Процедурата е открита с Решение № РД-01-2050 от 19.08.2015 г. на възложителя, което е публикувано заедно с обявлението към него в Регистъра на обществените поръчки с уникален номер на поръчката: 00115-2015-0024/19.08.2015 г.

На заседанието на комисията присъстваха всички членове.

Работата на комисията започна с попълване и подписване на декларации от членовете на комисията за съответствие на обстоятелствата по чл. 35, ал.1 и 2 от ЗОП.

В определения срок до 17:00 часа на 28.09.2015 г. са постъпили 2 /два/ броя оферти, запечатани в пликове, регистрирани във входящия регистър, както следва:

№	Наименование на участника	Оферта с входящ номер:
1.	„МЕДИА ПЛАНИНГ ГРУП“ ООД, ГР. СОФИЯ	вх. №1/28.09.2015 г. в 10:45 часа
2.	„АРГЕНТ – 2002“ ООД, ГР. СОФИЯ	вх. №2/28.09.2015 Г. В 10:55 часа

На публичното заседание на комисията не присъстваха представители на участниците.

Преди да преминат към отварянето на офертите за участие, членовете на комисията се убедиха в ненарушената цялост на пликовете с офертите за участие.

Комисията започна да отваря офертите по реда на тяхното постъпване според входящия регистър. При отваряне на офертите стриктно се приложи чл. 68, ал. 4, ал. 5

## **Община Русе**

гр. Русе, пл. Свобода 6, Телефон: 00359 82 826 100, факс: 00359 82 834 413, [www.ruse-bg.eu](http://www.ruse-bg.eu),  
[mayor@ruse-bg.eu](mailto:mayor@ruse-bg.eu)

от ЗОП. Комисията отвори офертите и провери за наличието на три отделни запечатани плика.

Комисията установи следното:

### **Регистрирана оферта с Вх. №1 - „МЕДИА ПЛАНИНГ ГРУП“ ООД, ГР. СОФИЯ:**

Офертата на Участник № 1: „МЕДИА ПЛАНИНГ ГРУП“ ООД е постъпила на 28.09.2015 г. в 10:45 ч. с вх. № 1 и представена в запечатан, непрозрачен плик с ненарушена цялост. На плика е отбелязано, че офертата е за обществена поръчка с предмет: „Избор на изпълнител за публичност в срока на устойчивост на проект „Реки на времето” и маркетинг и реклама на създадените туристически продукти“. Офертата съдържа три отделни запечатани, непрозрачни и надписани плика, както следва:

1. Плик № 1 с надпис: „Документи за подбор“;
2. Плик № 2 с надпис: „Предложение за изпълнение на поръчката“;
3. Плик № 3 с надпис: „Предлагана цена“.

На Плик № 3 – „Предлагана цена“ бяха поставени подписи на трима членове на комисията, след което беше отворен Плик № 2 – „Предложение за изпълнение на поръчката“. На всяка страница от документите, съдържащи се в Плик № 2, бяха положени подписи на трима членове на комисията.

След извършване на посочените действия, комисията отвори Плик № 1 – „Документи за подбор“, като оповести документите, които се съдържат в него, и провери съответствието им със списъка по чл. 56, ал. 1, т. 14 от ЗОП.

### **Регистрирана оферта с Вх. №2 - „АРГЕНТ – 2002“ ООД, ГР. СОФИЯ**

Офертата на Участник № 1: „АРГЕНТ – 2002“ ООД е постъпила на 28.09.2015 г. в 10:45 ч. с вх. № 1 и представена в запечатан, непрозрачен плик с ненарушена цялост. На плика е отбелязано, че офертата е за обществена поръчка с предмет: „Избор на изпълнител за публичност в срока на устойчивост на проект „Реки на времето” и маркетинг и реклама на създадените туристически продукти“. Офертата съдържа три отделни запечатани, непрозрачни и надписани плика, както следва:

1. Плик № 1 с надпис: „Документи за подбор“;
2. Плик № 2 с надпис: „Предложение за изпълнение на поръчката“;
3. Плик № 3 с надпис: „Предлагана цена“.

На Плик № 3 – „Предлагана цена“ бяха поставени подписи на трима членове на комисията, след което беше отворен Плик № 2 – „Предложение за изпълнение на поръчката“. На всяка страница от документите, съдържащи се в Плик № 2, бяха положени подписи на трима членове на комисията.

След извършване на посочените действия, комисията отвори Плик № 1 – „Документи за подбор“, като оповести документите, които се съдържат в него, и провери съответствието им със списъка по чл. 56, ал. 1, т. 14 от ЗОП.

След извършване на горепосочените действия, приключи публичната част от заседанието на комисията, съгласно разпоредбата на чл. 68, ал. 6 от ЗОП.

Комисията продължи разглеждането на офертите на закрито заседания.

Членовете на комисията започнаха да разглеждат и анализират представените оферти на „МЕДИА ПЛАНИНГ ГРУП“ ООД и „АРГЕНТ – 2002“ ООД.

## Община Русе

гр. Русе, пл. Свобода 6, Телефон: 00359 82 826 100, факс: 00359 82 834 413, [www.ruse-bg.eu](http://www.ruse-bg.eu),  
[mayor@ruse-bg.eu](mailto:mayor@ruse-bg.eu)

След задълбочено запознаване на всеки член на комисията със съдържанието на представените оферти, комисията по изпълнение на чл. 68, ал. 7 и 8 от ЗОП започна обсъждане относно наличието на всички изискуеми документи, както и извърши преценка относно съответствието с условията и изискванията за подбор на Възложителя, съобразно разпоредбите на чл. 68, ал. 7 от Закона за обществените поръчки.

Констатациите на комисията са следните:

Комисията установи, че представените от участници „МЕДИА ПЛАНИНГ ГРУП“ ООД и „АРГЕНТ – 2002“ ООД документи в Плик №1 отговарят на поставените от възложителя изисквания.

На 30.09.2015 г. комисията продължи своята работата с разглеждане на Плик №2 „Предложение за изпълнение на поръчката“ на допуснатите до този етап участници, участващи в открита процедура за възлагане на обществена поръчка с предмет: „Избор на изпълнител за публичност в срока на устойчивост на проект „Реки на времето” и маркетинг и реклама на създадените туристически продукти“, както следва:

### 1. „МЕДИА ПЛАНИНГ ГРУП“ ООД, гр. София:

Комисията разгледа подробно представените документи в Плик №2 „Предложение за изпълнение на поръчката“ на участника. Пликът съдържа следното:

#### 1. Техническо предложение – Образец №10

Техническото предложение съдържа:

Техническото предложение на участника започва с представяне на неговите ресурсни и организационни възможности и описание на неговия предишен опит при реализацията на подобни проекти.

В част "**Публикуване на статии в специализирани чуждестранни издания**" участникът прави аргументиран избор на специализирани чуждестранни издания, в които да бъдат публикувани статии, промотиращи туристическия продукт "Реки на времето". Участникът предлага изданията да бъдат "Travel Weekly" (англоезично издание с 26 000 бр. тираж) и "Traveller Magazin" (румънско издание с 20 000 бр. тираж), като е включил и детайлно описание на двете издания по отношение на тяхната насоченост, аудитория и позиция на пазара. Приложен е детайлен медиа план за публикуване на статии в специализирани чуждестранни издания.

В част "**Рекламна кампания чрез рекламни банери във водещи електронни платформи, PR публикации във водещи електронни платформи, кампания с поместване на рекламни текстови линкове в световни интернет-търсещи машини и водещи социални медии/мрежи**" участникът прави детайлна аргументация по отношение избора за позициониране на рекламното присъствие в интернет медии основно в новинарски продукти, както и в туристически сайтове. Участникът планира кампанията да е с интензитет на ротацията 30% и с продължителност 1 месец (в съответствие с техническата спецификация) и да бъде провеждана в по 2 водещи сайта за всеки от изисканите езикови пазари – български, английски, немски и румънски език. С цел по-голямо покритие на целевата група се предлага териториално таргетиране на рекламата чрез насочване към IP-адреси от съответния регион. Предложените електронни медии за всеки от 4-те езика са: български: [vesti.bg](http://vesti.bg) и [dnes.bg](http://dnes.bg); английски: [telegraph.co.uk](http://telegraph.co.uk) и [tripadvisor.co.uk](http://tripadvisor.co.uk); румънски: [stirileprotv.ro](http://stirileprotv.ro) и [infoturism.ro](http://infoturism.ro); немски: [spiegel.de](http://spiegel.de) и [expedia.de](http://expedia.de). За всеки от сайтовете е направена детайлна обосновка на решението да бъдат избрани, вкл. са представени и данни за тяхната посещаемост. Участникът предлага публикуването на PR-публикации в

## Община Русе

гр. Русе, пл. Свобода 6, Телефон: 00359 82 826 100, факс: 00359 82 834 413, [www.ruse-bg.eu](http://www.ruse-bg.eu),  
[mayor@ruse-bg.eu](mailto:mayor@ruse-bg.eu)

следните водещи сайтове – [dnes.bg](http://dnes.bg) и [vesti.bg](http://vesti.bg) за българския пазар; [foodandtravel.com](http://foodandtravel.com) и [travelweekly.co.uk](http://travelweekly.co.uk) за английския пазар; [spiegel.de](http://spiegel.de) и [myheimat.de](http://myheimat.de) за немския пазар. Направен е аргументиран избор на интернет-търсеща машина и начините за реклама в нея, като е гарантирано постигането на изискваните 4 800 клика по задание. За социална мрежа/медия е избрана Facebook и е направена съответна аргументация с описание на предимствата на платформата и детайлна статистика за 4-те целеви пазара. Поет е ангажимент за постигане на заложените в техническата спецификация 14 800 клика. За локална българска мрежа е избрана EasyAds, в която влизат над 250 сайта. Декларирано е постигането на 8 000 клика, според изискваното в поръчката. Приложен е детайлен медиа план за кампания чрез рекламни банери във водещи електронни платформи, PR публикации във водещи електронни платформи, кампания с поместване на рекламни текстови линкове в световни интернет-търсещи машини и водещи социални медии/мрежи.

В част "Кампания с безплатни приложения за социални мрежи с игрови и социални елементи" участникът аргументира избора на социалната мрежа Facebook и интегрирания към нея Facebook App Centre за изработването на приложението, което да съществува самостоятелно в социалната мрежа, без да е необходимо непрекъснатото му надграждане. Предлага се да бъде надградена вече съществуващата Facebook игра "Реки на времето", с цел надграждане на създадената комуникация на бранда и поддържане на консистентност в маркетинговите усилия на бранда. Представена е и идейна концепция на приложението, включваща неговата цел, сценария и промоционалната кампания.

В част "Кампания с платена реклама по национални телевизионни канали" участникът описва избраните от него национални телевизионни канали, като представя статистически данни за техния рейтинг и дял в национален мащаб. Участникът е избрал Нова Телевизия, като национален канал, и Диема, Диема Фемили и Кино Нова – като кабелни телевизии с национален обхват (нишови канали). Предвижда се излъчването на общо 55 рекламни клипове (с един повече от заложените в техническото задание) по четирите телевизионни канала, като съотношението прайм тайм/извън прайм тайм е 60%/40%. Гарантирано е доставянето на минимум 110,6 TRP общо за цялата кампания, което е с 35,6 TRP повече от изискуемите по техническо задание. С представения медиа план се гарантира максимално покритие на целевата група и достигане на поне 1 000 000 човека с информационната кампания. Посочва се, че избраните телевизионни програми ще бъдат с насоченост, тематично адекватна на основните цели на заданието. Приложен е детайлен медиа план за кампания с платена реклама по национални телевизионни канали.

В част "Кампания с платена реклама по национални радиостанции" участникът предлага тя да бъде осъществена в ефира на БНР – радиостанция с национално покритие на територията на България, която покрива максимално целевата аудитория. Заложени са 50 излъчвания на 30 секунден радио рекламен клип, покриващ изискваното по техническо задание. Приложен е детайлен медиа план за кампания с платена реклама по национални радиостанции.

В част "Планиране, изработване и реализиране на рекламна кампания – външна реклама" се предлага рекламната кампания да бъде проведена в периода ноември-декември 2015 г. чрез поместване на рекламни пана на билбордове (големи формати – 4x3 м. и 8x4 м.) на ключови места на по пътната мрежа на страната, както и на ключови места в София и Варна. Предложени са 30 конкретни локации (с представен снимков материал), разположени на места с висока видимост и в зони със силен човешки и

## Община Русе

гр. Русе, пл. Свобода 6, Телефон: 00359 82 826 100, факс: 00359 82 834 413, [www.ruse-bg.eu](http://www.ruse-bg.eu),  
[mayor@ruse-bg.eu](mailto:mayor@ruse-bg.eu)

транспортен трафик. Приложен е детайлен медиа план за рекламна кампания с външна реклама.

В част "Разработване на рекламна визия за билборд реклама, рекламни карета за публикуване в специализирани туристически издания, рекламни банери" участникът предлага да се следва цялостната творческа концепция и посока на рекламната кампания на региона Русе-Иваново-Борово, реализирана през 2014 г., с цел да се гарантира консистентност и интегритет в маркетинговите усилия на бранда и да се изгради устойчив и стабилен образ на региона в съзнанието на потребителите. При създаването на идейните проекти за рекламната комуникация ще бъде следвана водещата творческата линия, която ще бъде адаптирана за различните видове комуникационни канали. Визиите ще представят туристическия продукт на региона в три различни посоки – природен и еко туризъм; промотиране на градски туризъм, тип city breaks и фестивален туризъм; промотиране на културен туризъм в комбинация с исторически и археологически туризъм. Предложените визии са представени чрез снимков материал.

Приложен е детайлен план-график за изпълнение на дейностите, включени в предмета на поръчката.

### 2. „АРГЕНТ – 2002“ ООД, гр. София:

Комисията разгледа подробно представените документи в Плик №2 „Предложение за изпълнение на поръчката“ на участника. Пликът съдържа следното:

#### 1. Техническо предложение – Образец №10

Техническото предложение съдържа:

Техническото предложение на участника започва с кратко описание на неговото съдържание.

В част "Обосновка за избор на комуникационни канали" участникът разглежда индекс TGI и представя анализ на целевите групи – възгледи и навици във връзка с темата. В анализа са разгледани и данни за медийната консумация на целевите групи. В раздел "Телевизия" участникът представя 4-те канала, които е избрал за провеждане на кампания с платена реклама по национални телевизионни канали – БНТ 1, БНТ 2, Канал 3 и ТВ Европа, като са разгледани данни за прайм-тайм-а и средно-дневните рейтинги на каналите. Участникът предлага кампанията да започне от 4 април и да продължи до 29 май, като гарантира постигането на 102 TRP (с 27 повече от изискуемите по техническо задание) при спазването на съотношение 60% прайм тайм към 40% извън прайм тайм. В раздел "Външна реклама" участникът предлага кампанията чрез този канал да започне от 11 април и да продължи до 5 юни. Предлага се наемане за целия период на кампанията 4 мегаборда в София, 2 във Варна и 8 по основните пътни артерии – Тракия, Хемус и Е-79. В раздел "Радио" участникът предлага рекламната кампания да бъде излъчена по БРН "Христо Ботев" – медиа планът предвижда излъчването на 50 спота, но не е посочена изискваната продължителност на един спот от по 30 секунди. В раздел "Интернет" участникът предлага рекламата в български туристически портали да се реализира в трите най-популярни български туристически портала: [piccolo.dir.bg](http://piccolo.dir.bg) ([trip.dir.bg](http://trip.dir.bg)), [reika.bg](http://reika.bg) и [nasamnatam.bg](http://nasamnatam.bg), като се предвижда 30% ротация на дневна база за всеки от сайтовете). Участникът предлага кампанията да бъде провеждана и в новинарските сайтове [dir.bg](http://dir.bg) и [dariknews.bg](http://dariknews.bg). За търсеща машина е избрана Google и се предлага Google AdWords кампанията да покрива целия период на кампанията, с динамично управление на набора карета и ключови думи, с оглед постигане на оптимални резултати (минимум 5 000 клика). За социална мрежа е избрана тази на Facebook и се предлага да бъде

## Община Русе

гр. Русе, пл. Свобода 6, Телефон: 00359 82 826 100, факс: 00359 82 834 413, [www.ruse-bg.eu](http://www.ruse-bg.eu), [mayor@ruse-bg.eu](mailto:mayor@ruse-bg.eu)

разработено безплатно приложение на тема "Реки на времето", което в няколко стъпки да изброява забележителностите на Русе и региона. Участникът предлага приложението да бъде само на български език, но при желание да бъдат таргетирани и други европейски държави: Румъния, Германия и Англия. В раздел "Международни комуникационни канали" участникът е посочил, че ще бъдат публикувани стандартни банери на онлайн сайта на Newsweek.com, както и в сайта Food and Travel. Реклама ще бъде публикувана и в принт изданието/inflight magazine на водещата английска регионална авиокомпания FlyBe. За немска медия е избран Tagesspiegel.de. За румънския пазар са избрани ziarulevenimentul.ro (водещ новинарски сайт) и туристическата онлайн агенция bestturism.ro (2-ри най-добър портал за туристически пътувания в Румъния). За принт издание в Румъния е избрано ежемесечното списание Traveller Magazin. За всяко от изданията участникът е направил кратко описание и е дал информация за брой читатели/посетители.

В част "Идейни проекти" е представил визуално: 2 варианта за печатна реклама /каре/, 2 варианта за външна реклама /билборд/ и 3 варианта за интернет реклама /банер/.

В част "Медиа планове и снимки на локациите за външна реклама" участникът е представил детайлни медиа планове за избраните телевизионни канали, радио програма, български и европейски интернет платформи, търсачки и социални мрежи, печатни туристически издания, локации за външна реклама /билбордове/.

**Комисията установи, че представените технически предложения на участниците „МЕДИА ПЛАНИНГ ГРУП“ ООД и „АРГЕНТ – 2002“ ООД отговарят на изискванията на Възложителя. На това основание комисията допуска участниците в процедурата до оценка на техническите предложения.**

Комисията разгледа допуснатите оферти и ги оцени в съответствие с предварително обявените условия.

Оценката на офертите по отношение качеството на техническото предложение е съобразно предварително одобрената методика, съдържаща точни указания за определяне на оценката по всеки показател и за определяне на комплексната оценка на офертата, включително за относителната тежест, която възложителят дава на всеки от показателите за определяне на икономически най - изгодната оферта.

### **Оценката на техническото предложение на допуснатите участници**

Мотивите на комисията за предложената оценка на техниките предложения са следните:

<b>"Медиа Планинг Груп" ООД</b>		<b>"Аргент-2002" АД</b>	
<b>Показател и степен на съответствие и обосновка</b>	<b>Точки</b>	<b>Показател и степен на съответствие и обосновка</b>	<b>Точки</b>
<b>К1. Качество на предложената рекламна кампания чрез публикуване на статии в специализирани чуждестранни издания</b>			

**Община Русе**

гр. Русе, пл. Свобода 6, Телефон: 00359 82 826 100, факс: 00359 82 834 413, [www.ruse-bg.eu](http://www.ruse-bg.eu),  
[mayor@ruse-bg.eu](mailto:mayor@ruse-bg.eu)

<p>Мотиви: Участникът е предложил професионално направен детайлен медиа план. За специализирани чуждестранни издания са избрани "Travel Weekly" (Великобритания) и "Traveller Magazin" (Румъния). Изборът е аргументиран с детайлно описание по отношение насочеността, аудиторията, тиража и позициите на пазара на двете издания.</p>	5 т.	<p>Мотиви: Участникът е предложил професионално направен детайлен медиа план. За специализирани чуждестранни издания са избрани "FlyBe" (Великобритания) и "Traveller Magazin" (Румъния). Изборът е аргументиран с детайлно описание по отношение насочеността, аудиторията, тиража и позициите на пазара на двете издания.</p>	5 т.
<b>К2. Качество на предложената рекламна кампания чрез рекламни банери във водещи електронни платформи, PR публикации във водещи електронни платформи, кампания с поместване на рекламни текстови линкове в световни интернет-търсещи машини – за чужди пазари и българския пазар</b>			
<p>Мотиви: Участникът е предложил детайлен медиа план на кампанията в интернет, включваща рекламни банери във водещи електронни платформи (български: <a href="http://vesti.bg">vesti.bg</a> и <a href="http://dnes.bg">dnes.bg</a>; английски: <a href="http://telegraph.co.uk">telegraph.co.uk</a> и <a href="http://tripadvisor.co.uk">tripadvisor.co.uk</a>; румънски: <a href="http://stirileprotv.ro">stirileprotv.ro</a> и <a href="http://infoturism.ro">infoturism.ro</a>; немски: <a href="http://spiegel.de">spiegel.de</a> и <a href="http://expedia.de">expedia.de</a>), PR публикации във водещи електронни платформи (български: <a href="http://dnes.bg">dnes.bg</a> и <a href="http://vesti.bg">vesti.bg</a>; английски: <a href="http://foodandtravel.com">foodandtravel.com</a> и <a href="http://travelweekly.co.uk">travelweekly.co.uk</a>; немски: <a href="http://spiegel.de">spiegel.de</a> и <a href="http://myheimat.de">myheimat.de</a>), кампания с поместване на рекламни текстови линкове в световни интернет-търсещи машини. Медийният план показва разпределението на активностите във времето и включва показатели за ефективност на кампанията. Подборът на електронните платформи е аргументиран спрямо целите на кампанията и ключовите целеви групи. Участникът е направил детайлно описание на кампанията с безплатно приложение за социални мрежи с игрови и</p>	5 т.	<p>Мотиви: Участникът е предложил детайлен медиа план на кампанията в интернет, включваща рекламни банери и PR публикации във водещи електронни платформи (български: <a href="http://piccolo.dir.bg">piccolo.dir.bg</a>, <a href="http://peika.bg">peika.bg</a> и <a href="http://nasamnatam.bg">nasamnatam.bg</a>; английски: <a href="http://newsweek.com">newsweek.com</a> и <a href="http://foodandtravel.com">foodandtravel.com</a>; румънски: <a href="http://ziarulevenimentul.ro">ziarulevenimentul.ro</a> и <a href="http://bestturism.ro">bestturism.ro</a>; немски: <a href="http://tagesspiegel.de">tagesspiegel.de</a>), кампания с поместване на рекламни текстови линкове в световни интернет-търсещи машини. Медийният план показва разпределението на активностите във времето и включва показатели за ефективност на кампанията. Подборът на електронните платформи е аргументиран спрямо целите на кампанията и ключовите целеви групи. Липсва текстово описание на рекламната кампания чрез използването на мрежата Easy Ads. Участникът е направил общо описание на кампанията с безплатно приложение за социални мрежи с игрови и</p>	1 т.

**Община Русе**

гр. Русе, пл. Свобода 6, Телефон: 00359 82 826 100, факс: 00359 82 834 413, [www.ruse-bg.eu](http://www.ruse-bg.eu),  
[mayor@ruse-bg.eu](mailto:mayor@ruse-bg.eu)

социални елементи – описал е начина на създаване, идейна концепция, цел, сценарий, промоционална кампания.		социални елементи – описал е идейната концепция на приложението, но не се е съобразил, че приложението е част от кампанията извън граница и предвижда то да бъде само на български език (но при желание на клиента да се таргетира и други европейски пазари), което води до извода, че не са обхванати в пълна степен всички целеви групи. Това показва, че не е вникнал в изискванията на техническата спецификация за изработката на приложението и не гарантира качествено изпълнение.	
<b>К3. Качество на предложената рекламна кампания чрез кампания с платена реклама по телевизионни канали с национален обхват</b>			
Мотиви: Участникът е предложил медиен план за телевизионни излъчвания според изискванията за минимални нива на показателя TRP и обхват на зрителска аудитория. Избраният пакет от канали включва Нова Телевизия, Диема, Диема Фемили и Кино Нова и гарантира постигането на минимум 110,6 TRP общо за цялата кампания, което е с 35,6 TRP повече от изискуемите по техническата спецификация. Медийният план съдържа разпределение на излъчванията по канали, във времето на кампанията и дефинира показатели за ефективност. Предложението е аргументирано спрямо ключовите целеви групи на кампанията.	5 т.	Мотиви: Участникът е предложил медиен план за телевизионни излъчвания според изискванията за минимални нива на показателя TRP и обхват на зрителска аудитория. Избраният пакет от канали включва БНТ1, БНТ2, Канал 3 и ТВ Европа и гарантира постигането на минимум 102 TRP общо за цялата кампания, което е с 27 TRP повече от изискуемите по техническата спецификация. Медийният план съдържа разпределение на излъчванията по канали, във времето на кампанията и дефинира показатели за ефективност. Предложението е аргументирано спрямо ключовите целеви групи на кампанията.	5 т.
<b>К4. Качество на предложената рекламна кампания чрез кампания с платена реклама по радиостанции и радио вериги с национален обхват</b>			



**Община Русе**

гр. Русе, пл. Свобода 6. Телефон: 00359 82 826 100, факс: 00359 82 834 413, [www.ruse-bg.eu](http://www.ruse-bg.eu),  
[mayor@ruse-bg.eu](mailto:mayor@ruse-bg.eu)

Мотиви: Участникът е предложил медиен план за радио излъчвания, отговарящ на изискванията по техническа спецификация за 50 спота по 30". За радиостанция с национално покритие на територията на България е избрано Българско Национално Радио (БНР), като е направена детайлна аргументация, посредством изчерпателно описание на неговия профил.	5 т.	Мотиви: Участникът е предложил медиен план за радио излъчвания, отговарящ на изискванията по техническа спецификация за 50 спота, но не е конкретизирал продължителността на спотовете, което не гарантира качествено изпълнение.	1 т.
<b>К5. Качество на предложената рекламна кампания чрез планиране, изработване и реализиране на рекламна кампания – външна реклама</b>			
Мотиви: Предложената рекламна кампания покрива изискванията на техническата спецификация – медия планът включва описание и точен брой на предложените ключови локации с посочен размер на билбордовете, период на кампанията и визуализация.	5 т.	Мотиви: Предложената рекламна кампания покрива изискванията на техническата спецификация – медия планът включва описание и точен брой на предложените ключови локации с посочен размер на билбордовете, период на кампанията и визуализация.	5 т.
<b>К6. Идеен проект за криейтив - разработване на рекламна визия за билборд реклама, рекламни карета за публикуване в специализирани туристически издания, рекламни банери</b>			
Мотиви: Участникът е предложил идейни проекти за рекламна визия за билборд реклама, публикации в пресата и рекламни банери, които следват единната творческа концепция на логото и слогана на регионалния бранд. Предложени са различни визии, които да представят туристическия продукт на региона в три различни аспекта – природен и еко туризъм; промотиране на градски туризъм, тип city breaks и фестивален туризъм. Рекламните визии са информативни, с оригинален и впечатляващ дизайн и спомагат за популяризирането на проекта сред ключовите целеви публики	5 т.	Мотиви: Участникът е предложил идейни проекти за рекламна визия за печатна реклама /каре/, билборд реклама, и банер, които следват единната творческа концепция на логото и слогана на регионалния бранд. Предложените визии за банер не са креативни (повтарят логото на проекта и логата на финансиращата програма) и предложението за публикация в специализирани туристически издания не е информативно и не гарантира постигането на желаните цели.	1 т.

**Община Русе**

гр. Русе, пл. Свобода 6, Телефон: 00359 82 826 100, факс: 00359 82 834 413, www.ruse-bg.eu, mayor@ruse-bg.eu

<b>ОБЩ БРОЙ ТОЧКИ:</b>	<b>30 т.</b>	<b>ОБЩ БРОЙ ТОЧКИ:</b>	<b>18 т.</b>
Техническа оценка $K = K_i/K_{max} \times 70$	70 т.	Техническа оценка $K = K_i/K_{max} \times 70$	42 т.

С това комисията приключи своята работа на този етап и взе решение ценовите оферти на участниците да бъдат отворени на следващото открито заседание на комисията, което ще се проведе на **06.11.2015 г. от 13:30 часа** в сградата на Община Русе, като за това участниците в процедурата ще бъдат уведомени съгласно чл. 69а ал.3 от ЗОП.

Протоколът ще бъде качен в електронното досие на обществената поръчка в „Профила на купувача” на официалната интернет страница на Община Русе.

**КОМИСИЯ:**

**ЧЛЕНОВЕ:**

1. **Владимира Иванова** .....
2. **Ивайло Иванов** .....
3. **Елена Ангелова** .....
4. **Милена Трифонова** .....
5. **Николай Симеонов** .....

Секретар: **Мария Димитрова** .....

Получих протокола на дата: 09.11. 2015 г.

Утвърдил:

  
.....  
**ПЛАМЕН СТОИЛОВ**  
Кмет на Община Русе

## ПРОТОКОЛ № 2

Процедурата е открита с Решение № РД-01-2050 от 19.08.2015 г. на Кмета на Община Русе.

Днес, 06.11.2015 год. в 13:30 часа комисия, назначена със Заповед № РД-01-2535/29.09.2015 год. на кмета на Община Русе в състав:

### ЧЛЕНОВЕ:

1. Владимира Иванова – младши експерт „Връзки с обществеността“;
2. Ивайло Иванов – началник отдел УССВТ;
3. Елена Ангелова – старши експерт СДЗП;
4. Милена Трифонова - ст. юрисконсулт отдел ПНО;
5. Николай Симеонов - младши експерт, дирекция „Европейско развитие“;

### РЕЗЕРВНИ ЧЛЕНОВЕ:

1. Камелия Радева – старши експерт, дирекция „Европейско развитие“;
2. Ивелина Петкова – младши експерт, дирекция „Европейско развитие“;

**СЕКРЕТАР:** Мария Димитрова - младши експерт в отдел ОП.

се събра на публично заседание, по реда на чл. 68 от Закона за обществените поръчки (ЗОП), да отвори и разгледа представените оферти за участие в открита процедура за възлагане на обществена поръчка с предмет: „Избор на изпълнител за публичност в срока на устойчивост на проект „Реки на времето” и маркетинг и реклама на създадените туристически продукти“, след което да оцени и направи класирането на допуснатите до участие. Процедурата е открита с Решение № РД-01-2050 от 19.08.2015 г. на възложителя, което е публикувано заедно с обявлението към него в Регистъра на обществените поръчки с уникален номер на поръчката: 00115-2015-0024/19.08.2015 г.

На заседанието на комисията присъстваха всички членове.

Предмет на заседанието е публично оповестяване на съответствието на подадените оферти с предварителните условия на Възложителя, както и отваряне и оповестяване на ценовите предложения /плик №3/ на допуснатите участници в процедурата за възлагане на обществената поръчка.

На заседанието на комисията присъстваха всички членове.

Информацията за отваряне на плик №3 „Предлагана цена“ и оповестяване на ценовите оферти на допуснатите до този етап участници е публикувана на 03.11.2015 г.

## Община Русе

гр. Русе, пл. Свобода 6, Телефон: 00359 82 826 100, факс: 00359 82 834 413, [www.ruse-bg.eu](http://www.ruse-bg.eu), [mayor@ruse-bg.eu](mailto:mayor@ruse-bg.eu)

на „Профила на купувача“: <https://www.ruse-bg.eu/bg/displayzop/516/110/index.html> , в изпълнение на чл. 69а, ал. 3 от ЗОП.

Съгласно чл. 69а, ал. 3 от Закона за обществените поръчки при отваряне на плика с предлаганата цена имат право да присъстват участниците в обществената поръчка или техни упълномощени представители, както и представители на средствата за масово осведомяване и други лица при спазване на установения режим за достъп до сградата на Община Русе.

На публичното заседание на комисията не присъстваха представители на участниците.

Комисията отвори плик №3 с надпис “Предлагана цена” на допуснатите участници и пристъпи към оповестяване на съдържанието в тях:

### Участник „МЕДИА ПЛАНИНГ ГРУП“ ООД:

**В плик № 3 с надпис „Предлагана цена“ участникът предлага:**

Общата цена за изпълнение на всички дейности от предмета на поръчката е: **89 200,00 лв. (осемдесет и девет хиляди и двеста лв.) без ДДС и 107 040,00 лв. (сто и седем хиляди и четиридесет лв.) с начислен ДДС.**

### Участник „АРГЕНТ – 2002“ ООД :

**В плик № 3 с надпис „Предлагана цена“ участникът предлага:**

Общата цена за изпълнение на всички дейности от предмета на поръчката е: **86 000,00 лв. (осемдесет и шест хиляди лв.) без ДДС и 103 200,00 лв. (сто и три хиляди и двеста лв.) с начислен ДДС.**

Съгласно обявената от възложителя методиката, по Показателят „Финансова оценка“ (Ц) участниците „МЕДИА ПЛАНИНГ ГРУП“ ООД и „АРГЕНТ – 2002“ ООД получават съответно:

Участник	Стойност в лева без ДДС	$C = (C_{\min} / C_i) * 30$
„МЕДИА ПЛАНИНГ ГРУП“ ООД	89 200,00 лв.	28,92 точки
„АРГЕНТ – 2002“ ООД	86 000,00 лв.	30 точки

Съгласно одобрената методика, комплексната оценка (КО) на офертите на участниците се изчислява като сбор от индивидуалните оценки по отделните показатели съобразно следната формула:

$$КО = К + Ц,$$

Където:

КО – Комплексна оценка,

К – Техническа оценка,

Ц- Финансова оценка.

**Община Русе**

гр. Русе, пл. Свобода 6, Телефон: 00359 82 826 100, факс: 00359 82 834 413, [www.ruse-bg.eu](http://www.ruse-bg.eu),  
[mayor@ruse-bg.eu](mailto:mayor@ruse-bg.eu)

Участник	(К) Техническа оценка	(Ц) Финансова оценка	Комплексна оценка КО = К + Ц	Класиране
„МЕДИА ПЛАНИНГ ГРУП“ ООД	70 т.	28,92 точки	98,92 точки	Първо място
„АРГЕНТ – 2002“ ООД	42 т.	30 точки	72 точки	Второ място

Секретарят на комисията не участва в оценяването и класирането на предложенията.

Комисията предлага на Кмета да сключи договор с фирмата, класирана на първо място.

Настоящият протокол № 2 се състави и подписа от всички членове на комисията на основание чл. 72, ал. 2 от ЗОП и заедно с цялата документация в процедурата се предава на възложителя от комисията за вземане на решение по чл. 73, ал.1 от ЗОП.

**КОМИСИЯ:****ЧЛЕНОВЕ:**

1. **Владимира Иванова** .....
2. **Ивайло Иванов** .....
3. **Елена Ангелова** .....
4. **Милена Трифонова** .....
5. **Николай Симеонов** .....

Секретар: **Мария Димитрова** .....