

## Процедура за избор на регионални и/или местни радио-оператори за нуждите на ОП „Транспорт и транспортна инфраструктура“ 2014–2020

1. Дирекция „Координация на програми и проекти“, в качеството си на Управляващ орган на ОП „Транспорт и транспортна инфраструктура“ 2014–2020 публикува писмо-покана на сайта на Оперативната програма и изпраща по електронна поща до радио-оператори с искане за оферта, която следва да съдържа следните елементи:
  - Техническа оферта, попълнена съгласно приложен образец;
  - Актуална официална тарифа за предоставяне на програмно време.
2. Радио-оператори, до които се изпраща писмото-покана е необходимо да бъдат подбрани по ясни критерии, а именно **да изпълняват едновременно следните условия:**
  - А. Да са с валиден лиценз за излъчване с регионален и/или местен обхват, съгласно официалния Регистър на Съвета за електронни медии (СЕМ) и
  - В. Да разполагат с политематична програма, която **да не се състои само от музикално съдържание и рекламен блок с радио-спотове**, а да има и излъчване на интервюта, репортажи, радио-игри, новини и други радио-формати.
3. В писмото-покана се посочва прогнозния период, за който се предвижда да бъде сключен договора със съответната медия.
4. Оценителната комисия се сформира със заповед на Министъра на транспорта, информационните технологии и съобщения.
5. Комисията проверява състоятелността на оферентите от публичните регистри.
6. В случай, че липсва информация за състоятелността на даден оферент, Комисията изготвя писмо, с което изисква допълнителни документи в срок от 5 работни дни, съгласно Закона за счетоводството, издадени от компетентните органи.
7. Когато даден оферент е обявен в несъстоятелност или не представи допълнителните изискуеми документи, комисията оставя без оценка получената оферта.
8. При разглеждане на ценовите оферти, водещ принцип не е най-ниска ценова оферта, а икономически най-изгодна, с оглед тежестите в техническата оферта.
9. Комисията извършва оценка на допуснатите оферти на база на следните критерии:

## ОБРАЗЕЦ ЗА ПОПЪЛВАНЕ НА ТЕХНИЧЕСКА ОФЕРТА:

<b>КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА НА ТЕХНИЧЕСКАТА ОФЕРТА НА РАДИО-ОПЕРАТОРИ</b>	<b>ТЕЖЕСТ</b>	<b>Предложение на радио-оператора (Моля, отбележете съответния ред)</b>
<b>1. РАЗНООБРАЗИЕ НА РАДИО-ФОРМАТИТЕ, ПРЕДЛАГАНИ В ОФЕРТАТА (не се вземат под внимание рекламните радио-спотове)<sup>1</sup></b>	<b>точки</b>	<b>точки</b>
Един формат	1	
Два формата	2	
Три и повече формата	3	
<b>2. ПРОЦЕНТ ПЛАНИРАНИ ИЗЛЪЧВАНИЯ ЗА ЧАСОВИЯ ПОЯС от 06.30 ч. до 09.30 ч.</b>	<b>точки</b>	<b>точки</b>
Не се предлага излъчване в този часови пояс	0	
Минимум 20% (включително) от общия обем на излъчванията	1	
Между 21% и 40% (включително) от общия обем на излъчванията	2	
Между 41% и 49% (включително) от общия обем на излъчванията	3	
50% или повече от общия обем на излъчванията	4	
<b>3. ПРОЦЕНТ ПЛАНИРАНИ ИЗЛЪЧВАНИЯ ЗА ЧАСОВИЯ ПОЯС от 17.30 ч. до 20.30 ч.</b>	<b>точки</b>	<b>точки</b>
Не се предлага излъчване в този часови пояс	0	
Минимум 20% (включително) от общия обем на излъчванията	1	
Между 21% и 40% (включително) от общия обем на излъчванията	2	
Между 41% и 49% (включително) от общия обем на излъчванията	3	
50% или повече от общия обем на излъчванията	4	
<b>4. ПРЕДЛАГАНА ОТСТЪПКА НА БАЗА ОБЕМ В ПРОЦЕНТИ</b>	<b>точки</b>	<b>точки</b>
Не се предлага отстъпка или е под 5 %	0	
От 5% до 9% включително	1	
От 10% до 15% включително	2	
От 16% до 20% включително	3	
От 21% до 25% включително	4	
От 26% до 35% включително	5	
От 36% до 45% включително	6	
От 46% до 55% включително	7	
От 56% до 65% включително	8	
От 66% до 75% включително	9	
Над 75%	10	

<sup>1</sup> **Забележки:** Под „радио-формати“ се има предвид напр. радио-рубрики, интервюта, радио-игри и т.н. Не се вземат под внимание рекламните радио-спотове.

<b>КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА НА ТЕХНИЧЕСКАТА ОФЕРТА НА РАДИО-ОПЕРАТОРИ</b>	<b>ТЕЖЕСТ</b>	<b>Предложение на радио-оператора (Моля, отбележете съответния ред)</b>
<b>5.НАЛИЧИЕ НА ЛИЦЕНЗ ЗА РАДИО-ИЗЛЪЧВАНЕ В СЪОТВЕТНИЯ ВИД НАСЕЛЕНО МЯСТО ВЪВ ВКЛЮЧЕНИТЕ В РЕГИОНАЛНАТА КАМПАНИЯ РЕГИОНИ <sup>2</sup>:</b>	<b>точки</b>	<b>точки</b>
Местен и/ или регионален лиценз за по-малко населено място, което не попада в двете долупосочени категории (т.е. в „общински център“ или „областен град“)	1	
Местен и/ или регионален лиценз за общински център	2	
Местен и/ или регионален лиценз за областен град	3	
<b>6. ОБХВАТ НА ИЗЛЪЧВАНЕТО НА ПРЕДЛОЖЕНИТЕ РАДИО-ФОРМАТИ В АДМИНИСТРАТИВНИТЕ ОБЛАСТИ ОТ РЕГИОНАЛНАТА КАМПАНИЯ</b>	<b>точки</b>	<b>точки</b>
В една от административните области на регионалната кампания	1	
В две от административните области на регионалната кампания	2	
В три от административните области на регионалната кампания	3	
В четири от административните области на регионалната кампания	4	
<b>7. ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЗА ИНДИКАТОР/ МЕТОД, КОЙТО ДА ДОКАЗВА ЕФЕКТИВНОСТТА НА КАМПАНИЯТА <sup>3</sup></b>	<b>точки</b>	<b>точки</b>
Липсва подобно предложение	0	
Един индикатор/ метод	1	
Два или повече индикатора/ метода	2	

<sup>2</sup> **Забележка:** Под „региони“ се имат предвид посочените в Писмото-покана за регионалната кампания административни области.

<sup>3</sup> **Забележка:** Под „индикатор/ метод, който да доказва ефективността на кампанията“ се имат предвид всякакви реално измерими индикатори/ методи, от които е видно до колко голяма аудитория е достигнала радио-кампанията в съответния оператор. Приемливи са индикатори/ методи, за които има ясно разписана методология и надеждни отчетни данни, проследими във времето и проверяеми от МТИТС.

<b>КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА НА ТЕХНИЧЕСКАТА ОФЕРТА НА РАДИО-ОПЕРАТОРИ</b>	<b>ТЕЖЕСТ</b>	<b>Предложение на радио-оператора (Моля, отбележете съответния ред)</b>
<b>8. БОНУС-ИЗЛЪЧВАНЕ НА ПРЕДЛОЖЕНИТЕ РАДИО-ФОРМАТИ В ДОПЪЛНИТЕЛНИ КОМУНИКАЦИОННИ КАНАЛИ, ПРОГРАМИ ИЛИ ОНЛАЙН ПЛАТФОРМИ <sup>4</sup></b> <i>(излъчванията са за сметка на медията и МТИТС не дължи възнаграждение)</i>	<b>ТОЧКИ</b>	<b>ТОЧКИ</b>
Липсва подобно предложение	0	
Един допълнителен канал	1	
Два допълнителни канала	2	
Три допълнителни канала	3	
Четири допълнителни канала	4	
Пет и повече допълнителни канала	5	
<b>9. БОНУС-ИЗЛЪЧВАНЕ НА РАДИО-ФОРМАТИ В РАЗВИТИ СОЦИАЛНИ КАНАЛИ СЪС СЪОТВЕТНИЯ БРОЙ ПОСЛЕДОВАТЕЛИ <sup>5</sup></b> <i>Важно: прилага се по отделно за всеки социален канал, който е предложен в точка 8 (излъчванията са за сметка на медията и МТИТС не дължи възнаграждение)</i>	<b>ТОЧКИ</b>	<b>ТОЧКИ</b>
<b>9А. Един социален канал</b>		
Липсва подобно предложение/ Социалният канал има <u>под 500 последователи</u>	0	
Социалният канал има между 500 и 1 000 последователи	1	
Социалният канал има между 1 001 и 5 000 последователи	2	
Социалният канал има между 5 001 и 10 000 последователи	3	
Социалният канал има между 10 001 и 30 000 последователи	4	
Социалният канал има над 30 000 последователи	5	

<sup>4</sup> **Забележка:** Тук се имат предвид всякакви варианти на „мулти-платформени решения“ (т.е. освен излъчването в радио-эфир; публикуване на материали (подкаст или видео-каст) за Оперативната програма на Интернет сайт; Фейсбук страница; Инстаграм профил; специализирани блогове и други форми на популяризиране на радио-станцията, на които радио-станцията има право да публикува и ще бъдат съгласувани предварително с Възложителя и за които МТИТС не дължи допълнително възнаграждение).

<sup>5</sup> **Забележка:** Под „развити социални канали“ се имат предвид Фейсбук страница; Инстаграм профил; YouTube или Туитър профил, LinkedIn и други социални канали и мрежи, които имат минимум 500 последователи (т.нар. “followers”) като това се доказва, като към офертата задължително се прилага актуална екранна снимка (“screenshot”) на съответния социален канал, от която ясно се вижда броя на последователите към датата на офертата.

<b>КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА НА ТЕХНИЧЕСКАТА ОФЕРТА НА РАДИО-ОПЕРАТОРИ</b>	<b>ТЕЖЕСТ</b>	<b>Предложение на радио-оператора (Моля, отбележете съответния ред)</b>
<b>9Б. Втори социален канал</b>		
Липсва подобно предложение/ Социалният канал има <u>под 500 последователи</u>	0	
Социалният канал има между 500 и 1 000 последователи	1	
Социалният канал има между 1 001 и 5 000 последователи	2	
Социалният канал има между 5 001 и 10 000 последователи	3	
Социалният канал има между 10 001 и 30 000 последователи	4	
Социалният канал има над 30 000 последователи	5	
<b>9В. Трети социален канал</b>		
Липсва подобно предложение/ Социалният канал има <u>под 500 последователи</u>	0	
Социалният канал има между 500 и 1 000 последователи	1	
Социалният канал има между 1 001 и 5 000 последователи	2	
Социалният канал има между 5 001 и 10 000 последователи	3	
Социалният канал има между 10 001 и 30 000 последователи	4	
Социалният канал има над 30 000 последователи	5	
<b>9Г. Четвърти социален канал</b>		
Липсва подобно предложение/ Социалният канал има <u>под 500 последователи</u>	0	
Социалният канал има между 500 и 1 000 последователи	1	
Социалният канал има между 1 001 и 5 000 последователи	2	
Социалният канал има между 5 001 и 10 000 последователи	3	
Социалният канал има между 10 001 и 30 000 последователи	4	
Социалният канал има над 30 000 последователи	5	
<b>Общ брой точки:</b>	<b>55</b>	



10. В процеса на оценяване, Комисията може да изисква в писмен вид допълнителни уточнения от оферентите в срок от 3 работни дни.

11. Комисията изготвя протокол от своето заседание, след като всички получени оферти бъдат оценени.

Следвайки принципа на ефективност и ефикасност, и пропорционалност, след изчисляване на получените точки на всяка една от постъпилите оферти, ще бъдат поканени да сключат договор първите 20 радио-оператора, по реда на тяхното класиране. Всеки следващ участник, който има еднакъв брой точки с класирания на позиция №20, също ще бъде поканен да сключи договор.

12. На база на класирането Комисията изготвя предложение за обема от средства, за които следва да бъде сключен всеки отделен договор, изчислен по следната формула:

Общ брой точки, присъдени на оферта А

Общ сборен брой точки от офертите на всички радио-оператори, класирани съгласно методологията

$x$  общ финансов ресурс, предвиден за закупуване на програмно време за излъчване на информационни материали (радио-рубрики, игри със слушатели и т.н.) за всички радио-оператори в лв. с ДДС = ..... лв. с ДДС

*(Описание на формулата: Общият брой точки, присъдени на оферта А се разделят на общия сборен брой точки от офертите на всички класирани радио-оператори съгласно методологията. Умножават се по общия финансов ресурс, предвиден за закупуване на програмно време за излъчване на информационни материали (радио-рубрики, игри със слушатели и т.н.) за всички класирани радио-оператори в лева с ДДС и се получава крайната максимална стойност на договора за оферта А - в лева с ДДС.*

*По същия начин се изчислява стойността на договора за всички останали избрани радио-оператори, класирани съгласно методологията).*

*Забележка: Обемът от дейности, както и съдържанието на форматите, които ще бъдат излъчвани по всеки от бъдещите договори не са предмет на работата на Комисията.*

13. В случай, че някой от поканените да сключат договор оференти отпадне поради някаква причина и не се стигне до сключване на договор, средствата се преизчисляват и общият финансов ресурс се разпределя между останалите класирани оференти.

14. След изготвяне, протоколът, съгласуван от главния секретар на Министерство на транспорта, информационните технологии и съобщенията се изпраща за утвърждаване от Министъра на транспорта, информационните технологии и съобщенията.

15. След утвърждаване на протокола от страна на Министъра на транспорта, информационните технологии и съобщенията до всеки от класираните участници се изпраща уведомително писмо, в което се посочва стойността, до която може да бъде сключен договора, определена според получените при класирането точки и се иска предоставяне на актуално предложение за обема и вида на дейностите по договора от съответния участник.