

**PAPILDU INFORMĀCIJA Nr.9**  
**11.08.2011.**  
**Konkursa nolikumam**  
**ID Nr. ĀM/2011/412/EK**

**Jautājums:**

Konkursa nolikuma tehniskās specifikācijas 3.3.2. punktā par speciālistiem ir norādīts 3.3.2.4. mediju speciālists. Jautājums, kas ar šo domāts – mediju attiecību speciālists publicitātes vai mediju plānotājs reklāmas nodrošināšanai?

**Atbilde:**

Ar mediju speciālistu ir domāts mediju attiecību speciālists.

**Jautājums:**

III. nodaļas 6.formā ir minēts, ka jāpievieno izglītību apliecinošas kopijas. Vai ir kādi apliecinoši dokumenti jāpievieno, ja pretendenta piedāvātie speciālisti arī pašlaik studē kādā augstskolā?

**Atbilde:**

Nē, nav jāpievieno.

**Jautājums:**

Konkurss ir par aktuāliem ES jautājumiem, bet tehniskās specifikācijas 1.1.3 punktā ir norādīts, ka veicot izpēti, jāiesniedz publikāciju skaits mēnesī par ES informācijas sniedzējiem/starpniekiem. Lūgums precizēt publicitātes monitoringa plašumu – vai jāidentificē publikācijas, kurās ir minēti ES informācijas starpnieki vai arī tās, kur tie nav minēti, bet ir par aktuāliem ES jautājumiem (tā teikt tematu un atslēgas vārdu daudzums)?

**Atbilde:**

Attiecībā uz punktu 1.1.3. - Pretendentam jāidentificē publikācijas, kurās ir minēti ES informācijas sniedzēji/starpnieki

**Jautājums:**

Konkursa nolikuma tehniskās specifikācijas 3.punktā ir minēts, ka ir jānodrošina konkrētas atsauces uz Vadības partnerību gan teksta, gan grafisko zīmju veidā.

Vai veicot publicitātes izpēti par ES informācijas sniedzējiem/starpniekiem jāņem vērā tikai tās publikācijas (drukātā prese latviešu un krievu valodā, internetā, radio, TV), kurās ir norādīta 3.punktā definētās atsauces uz vadības partnerību?

Attiecīgi no tā izriet nākamais jautājums – tehniskās specifikācijas 1.1.3. punktā norādītais sasniezamais rezultatīvais rādītājs „gada laikā par vismaz 25-35% pieaudzis publikāciju skaits par ES starpniekiem” attiecas tikai uz tām publikācijām, kurās ir pilnīga atsauce uz Vadības partnerību? T.i. attiecīgi kā kampaņas rezultāts netiek ieskaitītas pārējās publikācijas.

**Atbilde:**

Veicot publicitātes izpēti par ES informācijas sniedzējiem/starpniekiem, **nav** jāņem vērā **tikai** tās publikācijas (drukātā prese latviešu un krievu valodā, internetā, radio, TV), kurās ir norādīta 3.punktā definētās atsauces uz Vadības partnerību. Atsauces teksta un grafisko zīmju izmantošana ir prasība, kas jāpilda izpildītājam, taču tas nav noteicošais atlases kritērijs / atskaites punkts, veicot situācijas izpēti, kā arī mērot sasniegtos rezultātus.

**Jautājums:**

Vai lūdzu varētu raksturot cik lielā mērā ES informācijas sniedzēji/starpnieki ir iesaistīti šādās un līdzīgās komunikācijas kampaņās, vērtējot cik tas ir darba pienākums vai brīvprātības un izvēles princips (proti, vai ES informācijas sniedzēju/starpnieku pienākums ir iesaistīties pretendenta radītajās kampaņas aktivitātēs)?

**Atbilde:**

Saskaņā ar definīciju, kas dota tehniskajā specifikācijā par ES informācijas sniedzējiem/starptarpiem, viņu pienākumos ir sabiedrības informēšana par vispārējiem un/vai specifiskiem ES jautājumiem.

**Jautājums:**

Tā kā konkursa tehniskās specifikācijas 2.punktā minēts, ka reprezentācijas materiāliem jābūt apdrukātiem, lūdzam atsūtīt minētās grafiskās zīmes elektroniskā formātā, kā arī stila grāmatu, lai nodrošinātu standartu ievērošanu.

**Atbilde:**

Visas grafiskās zīmes, kas minētas nolikumā, ir pieejamas Ārlietu ministrijas mājas lapā internetā pie konkursa iepirkuma dokumentācijas sadaļā „Piedāvājuma iesniegšanas formas” (2.forma) jau no konkursa izsludināšanas dienas. *Viņus droši vien interesē citi – piemērotāki formāti... Taču ES tos tagad nevaru sagādāt.*

**Jautājums:**

Lai nodrošinātu kvalitatīvu un dizainiski piemērotu reprezentācijas materiālu izstrādi, lūdzu, raksturojiet, kādam nolūkam tie tiks pielietoti?

**Atbilde:**

Reprezentācijas materiālu pielietojumu piedāvā pats pretendents saskaņā ar tehnisko specifikāciju 2.punktu.

**Jautājums:**

Tā kā tehniskās specifikācijas 1.2.1. punktā ir norādīts, ka pretendents jānodrošina ne vien reprezentācijas materiālu izstrādāšana, bet arī izplatīšana, lūdzam raksturot izplatīšanas reižu skaitu un galamērķu skaitu un attālumu, kā arī cik lieli ir sūtījumi, jo šī informācija ir būtiska izmaksu aprēķināšanā.

**Atbilde:**

Saskaņā ar tehnisko specifikāciju 2.punktu pretendents savā konceptā piedāvā reprezentācijas materiālu pielietojumu informatīvās kampaņas komunikācijas plāna ietvaros.

**Jautājums:**

Vai [www.es.gov.lv](http://www.es.gov.lv) ir pievienota Google Analytics un vai var atsūtīt šos datus, lai pretendents gūtu ieskatu interneta vietnes darbībā?

**Atbilde:**

Jā, [www.es.gov.lv](http://www.es.gov.lv) ir pievienota Google Analytics. Dati pievienoti atsevišķā dokumentā.

**Jautājums:**

Konkursa nolikuma 4.1.4. punktā norādīts, ka jāpievieno „Īstenoto projektu saraksts ar pievienotām atsauksmēm no pasūtītājiem”, kuriem, kā norādīts 3.3.1.punktā, jābūt „iepirkuma priekšmetam atbilstošu projektiem”. Ja pretendents ir atbilstošs projekts realizēts, bet pasūtītājs ir viens no Vadības partnerības (Eiropas Komisijas pārstāvniecības Latvijā), vai pretendents drīkst norādīt savu pieredzi un pievienot atsauksmi?

**Atbilde:**

Pretendents pats izvērtē, kādas atsauces pievienot.

**Jautājums:**

Vai klientu atsauksmes drīkst būt kopijas?

**Atbilde:**

Jā, klientu atsauksmes drīkst būt kopijas, kas noformētas atbilstoši Dokumentu juridiskā spēka likumam.

**Jautājums:**

Vai, ņemot vērā, ka krievu valoda nav oficiālā ES valoda un to ka konkursa nolikumā definētajās mērķauditorijās ir liels krievvalodīgo īpatsvars, vai kampaņas materiālus pretendents drīkst izstrādāt arī krievu valodā?

**Atbilde:**

To izvērtē pats pretendents un piedāvā savā koncepcijā.