



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ  
ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ & ΚΛΙΜΑΤΙΚΗΣ ΑΛΛΑΓΗΣ  
ΓΕΝ.Δ/ΝΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ  
Ταχ.Δ/ση Πανόρμου 2  
ΤΚ. 11523

Αθήνα 17/10/2013  
Αρ.Πρωτ.: 57735

Πληροφορίες Νατάσσα Φριτάκη  
Τηλέφωνο 2106432350  
FAX 210 6432383  
ΑΦΜ 090273987  
Δ.Ο.Υ. ΚΑ' ΑΘΗΝΩΝ  
e-mail: a.fritaki@prv.ypeka.gr

## ΑΠΟΦΑΣΗ

**ΘΕΜΑ: Έγκριση διενέργειας πρόχειρου διαγωνισμού παροχής υπηρεσιών για τη δράση "Εκστρατεία ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης για την πρόληψη και προστασία από το φαινόμενο της αιθαλομίχλης στα αστικά κέντρα της χώρας", του Υποέργου 5 του Έργου Ε.Π.ΠΕΡ.Α.Α.: "Ευαισθητοποίηση και Ενημέρωση του Κοινού για Περιβαλλοντικά Θέματα και για Θέματα Εφαρμογής των Πολιτικών του Υ.Π.Ε.Κ.Α.**

Έχοντας υπόψη:

1. Τις διατάξεις του Π.Δ.51/1988 (Φ.Ε.Κ. 19/Α/1988) «Οργανισμός Υπουργείου Χωροταξίας, Οικισμού και Περιβάλλοντος»
2. Τις διατάξεις του Π.Δ. 63/2005 « Κωδικοποίηση της νομοθεσίας για την κυβέρνηση και τα κυβερνητικά όργανα»(ΦΕΚ 98/Α'/2005)
3. Την υπ' αριθμ. 2876/07-10-2009 Πρωθυπουργική Απόφαση περί αλλαγής τίτλου του Υπουργείου (ΦΕΚ 2234/Β/07-10-2009)
4. Τις διατάξεις των άρθρων 80 & 83 (παρ.1), του ν.2362/95 «περί Δημοσίου Λογιστικού ελέγχου των δαπανών του Κράτους και άλλες διατάξεις». (Α' 247) όπως τροποποιήθηκε με τον Ν.3871/2010 «Δημοσιονομική Διαχείριση και Ευθύνη»(ΦΕΚ112/Α' 2010), όπως συμπληρώθηκε με τις διατάξεις της αριθμ. 35130/739/9.8.2010 απόφασης του Υπουργείου Οικονομικών «Αύξηση των χρηματικών ποσών (ΦΕΚ 1291/Β'/2010)
5. Τις διατάξεις του άρθρου 2 (παρ.12), του ν. 2286/95 « προμήθειες του Δημοσίου τομέα και Ρυθμίσεις Συναφών Θεμάτων». (Α 19)
6. Τις διατάξεις του 118/07 Π.Δ/τος «Κανονισμός Προμηθειών Δημοσίου». (Α' 150)
7. Τις διατάξεις του άρθρου 24, του ν.2198/94 «περί παρακράτησης φόρου εισοδήματος». (Α' 43)
8. Την με αριθμ. Οικ. 12123/25.2.2013 (ΦΕΚ499/Β'/5.3.13) απόφαση περί «Εξουσιοδότησης υπογραφής «με εντολή Υπουργού του Υπουργού» και «Με εντολή Αναπληρωτή Υπουργού» του Αναπληρωτή Υπουργού Περιβάλλοντος, Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής στους Γενικούς και Ειδικούς Γραμματείς καθώς και στους Προϊσταμένους των Γενικών Διευθύνσεων, Διευθύνσεων, Τμημάτων, Αυτοτελών Γραφείων και Ειδικών Υπηρεσιών του Υπουργείου Περιβάλλοντος, Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής.
9. Τις διατάξεις της 2024709/601/0026/8-4-1998 Απόφασης του Υπουργείου Οικονομικών περί καθορισμού των δικαιολογητικών των δαπανών του Δημοσίου για προμήθειες και εργασίες (Φ.Ε.Κ.431/Β'/1998)
10. Τις διατάξεις του Ν.3861/2010 «Ενίσχυση της διαφάνειας με την υποχρεωτική ανάρτηση νόμων και πράξεων των Κυβερνητικών, Διοικητικών και Αυτοδιοικητικών Οργάνων στο Διαδίκτυο «Πρόγραμμα Διαύγεια»και άλλες διατάξεις» (Φ.Ε.Κ. 112/Α' 2010).
11. Το Π.Δ. 113/2010 «Ανάληψη υποχρεώσεων από τους Διατάκτες» (Φ.Ε.Κ.194/Α' 2010)

12. Τις διατάξεις του Ν.1642/1986 «Περί εφαρμογής του ΦΠΑ»(ΦΕΚ125/Α΄/1986) όπως τροποποιήθηκε με τον Ν.3845/2010 « Μέτρα εφαρμογής του μηχανισμού στήριξης της ελληνικής οικονομίας από τα κράτη-μέλη της Ζώνης του ευρώ και Διεθνές Νομισματικό Ταμείο»(ΦΕΚ 65/Α΄/2010)
13. Τις διατάξεις του Ν. 4013/15-9-2011 (Α'204) του άρθρου 4 (παρ. 3) την επιβολή κράτησης 0,10% υπέρ της Ενιαίας Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Συμβάσεων όπως συμπληρώθηκε με το υπ' αριθμ. /55469/0026/10-6-2013 έγγραφο του Υπουργείου Οικονομικών - Γ.Γ. Δημοσιονομικής Πολιτικής (αρ. πρωτ. Δ/νσης Οικονομικού 43942/24-7-20136)
14. Το άρθρο 21 του Ν.4111/2013 "Συνταξιοδοτικές Ρυθμίσεις [...] και άλλες επείγουσες διατάξεις
15. Το γεγονός ότι το έργο συγχρηματοδοτείται στο πλαίσιο του ΕΠΠΕΡΑΑ από το διαρθρωτικό Ταμείο ΕΤΠΑ.
16. Την υπ' αριθμ. 166232/25-2-2011 Ενταξη της Πράξης "Ευαισθητοποίηση και ενημέρωση του κοινού για περιβαλλοντικά θέματα εφαρμογής των πολιτικών του Υ.Π.Ε.Κ.Α." στο Ε.Π. "Περιβάλλον & Αειφόρος Ανάπτυξη 2007-2013" όπως τροποποιήθηκε με την υπ' αριθμ. 118536/20-4-2012 Απόφαση, που αφορά το υποέργο 5 "Δράσεις Ευαισθητοποίησης / ενημέρωσης του κοινού και αρμοδίων φορέων με ίδια μέσα για εφαρμογή της περιβαλλοντικής πολιτικής του ΥΠΕΚΑ για τα έτη 2012-2015"
17. Την υπ' αριθμ. 101195/4-2-2013 Απόφαση της Ειδικής Υπηρεσίας Διαχείρισης Επιχειρησιακού Προγράμματος "Περιβάλλον και Αειφόρος Ανάπτυξη" για την προέγκριση τροποποίησης (1ης) της απόφασης υλοποίησης με ίδια μέσα του Υποέργου 5 και το συνημμένο Τεχνικό Δελτίο.
18. Την υπ' αριθμ 12530/ΔΕ-1512/22.03.2011 Απόφαση του Υπουργείου Οικονομίας, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας με την οποία καθορίστηκε ο κωδικός του έργου του ΠΔΕ 2011ΣΕ07580025 της ΣΑΕ 075/8, Κωδικός Πράξης 339233
19. Το ΠΔ 261/97 "Για τη διαφάνεια στη διαφημιστική προβολή του Δημοσίου και του ευρύτερου Δημόσιου Τομέα από τα έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης» (ΦΕΚ Α'186/1997) όπως τροποποιήθηκε και ισχύει με το άρθρο 12 του Ν.3688/2008 (ΦΕΚ Α 163/2008)
20. Την υπ' αριθμ. 24/1/2-1-1997 Υπουργική Απόφαση (ΦΕΚ 11/Β/15-1-1997) που αφορά δωρεάν μετάδοση μηνυμάτων κοινωνικού περιεχομένου από ραδιοφωνικούς και τηλεοπτικούς σταθμούς
21. Το υπ' αριθμ. 2219/15-5-2013 έγγραφο του Γενικού Γραμματέα Χωροταξίας και Αστικού Περιβάλλοντος
22. Το υπ' αριθμ 56349/10-10-2013 έγγραφο της Δ/νσης Οργάνωσης (αρ. Πρωτοκόλλου Δ/νσης Οικονομικού 56642/14-10-2013) με το οποίο ζητείται η έγκριση δαπάνης για τη δράση "Εκστρατεία ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης για την πρόληψη και προστασία από το φαινόμενο της αιθαλομίχλης στα αστικά κέντρα της χώρας" και παρατίθενται οι τεχνικές προδιαγραφές
23. Το υπ' αριθμ. 57538/17-10-2013 έγγραφο της Δ/νσης Οικονομικού στο ΕΠΠΕΡΑΑ για την έγκριση διενέργειας πρόχειρου διαγωνισμού
24. Το υπ' αριθμ.110293/17-10-2013 έγγραφο του ΕΠΠΕΡΑΑ με το οποίο δίνεται η σύμφωνη γνώμη για την διενέργεια διαγωνισμού

### ΑΠΟΦΑΣΙΖΟΥΜΕ

**Α.** Την διενέργεια πρόχειρου διαγωνισμού με κριτήριο ανάθεσης τη συμφερότερη προσφορά της δράσης "Εκστρατεία ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης για την πρόληψη και προστασία από το φαινόμενο της αιθαλομίχλης στα αστικά κέντρα της χώρας", του Υποέργου 5 του Έργου Ε.Π.ΠΕΡ.Α.Α.: "Ευαισθητοποίηση και Ενημέρωση του Κοινού για Περιβαλλοντικά Θέματα και για Θέματα Εφαρμογής των Πολιτικών του Υ.Π.Ε.Κ.Α.

Το σύνολο της δαπάνης είναι 60.000,00 (εξήντα χιλιάδες ευρώ) πλέον ΦΠΑ 23% και θα πληρωθεί από το έργο του ΠΔΕ 2011ΣΕ07580025 της ΣΑΕ 075/8.

## **B. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ - ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ**

Η Δ/ση Οργάνωσης ως φορέας υλοποίησης του Έργου αυτού, υλοποιεί το Υποέργο 5 «Δράσεις ευαισθητοποίησης / ενημέρωσης του κοινού και αρμόδιων φορέων, με ίδια μέσα για την εφαρμογή της περιβαλλοντικής πολιτικής του Υ.Π.Ε.Κ.Α. (περιβάλλον, κλιματική αλλαγή, ενέργεια, χωροταξία και αστικό περιβάλλον) για τα έτη 2012-2015», που αφορά στην εκτέλεση δράσεων με ίδια μέσα μέχρι το τέλος της προγραμματικής περιόδου του Έργου.

Η δράση «Εκστρατεία ενημέρωσης & ευαισθητοποίησης για την πρόληψη & προστασία από το φαινόμενο της αιθαλομίχλης στα αστικά κέντρα της χώρας», εντάσσεται στη Θεματική Προτεραιότητα / Κατηγορία Πράξης: «Άλλα μέτρα για την προστασία του περιβάλλοντος και την πρόληψη κινδύνων – Περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση».

## **Γ. ΤΕΧΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ – ΦΥΣΙΚΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ**

### **1. ΠΡΟΛΗΨΗ & ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΑΠΟ ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΑΙΘΑΛΟΜΙΧΛΗΣ ΣΤΑ ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ**

Κατά τη διάρκεια της περασμένης χειμερινής περιόδου 2012-13, το Εθνικό Δίκτυο Παρακολούθησης της Ατμοσφαιρικής Ρύπανσης (Ε.Δ.Π.Α.Ρ.) κατέγραψε ασυνήθιστα υψηλά επίπεδα αιωρούμενων σωματιδίων. Ταυτόχρονα παρατηρήθηκε έντονη οσμή καμένου ξύλου στον περιβάλλοντα αέρα και σημαντική μείωση της ορατότητας. Τα φαινόμενα αυτά παρατηρήθηκαν σχεδόν σε όλη την επικράτεια τουλάχιστον σε τρεις χρονικές περιόδους και είχαν διάρκεια 2-3 ημερών το καθένα.

Τα ασυνήθιστα υψηλά αυτά επίπεδα, εκτιμάται ότι προήλθαν από τη σημαντική συνεισφορά στις εκπομπές σωματιδίων από τη χρήση στερεών βιοκαυσίμων για οικιακή θέρμανση, κυρίως σε ανοικτές εστίες καύσης όπως τζάκια και σόμπες και δευτερευόντως σε λέβητες βιομάζας.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας, δεν υπάρχει κατώφλι ασφαλείας για την υγεία, όσον αφορά τις συγκεντρώσεις αιωρούμενων σωματιδίων. Ακόμη και σε μικρές συγκεντρώσεις θεωρούνται επικίνδυνα για την υγεία, επειδή εισχωρούν βαθιά στους πνεύμονες και έχουν βραχυχρόνιες και μακροχρόνιες επιδράσεις στην υγεία. Συγκεκριμένα προκαλούν κρίσεις άσθματος, λοιμώξεις του αναπνευστικού και επιδείνωση της κατάστασης σε άτομα με καρδιακή ή αναπνευστική νόσο. Οι πλέον ευαίσθητες ομάδες του πληθυσμού, είναι παιδιά και ηλικιωμένοι.

Για την αντιμετώπιση τέτοιων φαινομένων το Υ.Π.Ε.Κ.Α., στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων του, έχει καταστρώσει ήδη ένα ολοκληρωμένο σχέδιο δράσης το οποίο μεταξύ άλλων περιλαμβάνει:

- την άμεση και έγκυρη αποτύπωση του προβλήματος με επέκταση και αναβάθμιση του Ε.Δ.Π.Α.Ρ.,
- τη θέσπιση οριακών τιμών συγκεντρώσεων αιωρούμενων σωματιδίων για ενημέρωση του πληθυσμού και λήψη εκτάκτων μέτρων,
- εκτεταμένες εκστρατείες δειγματοληψιών και μετρήσεων (μέσω σχετικού έργου),
- την εντατικοποίηση των περιβαλλοντικών ελέγχων όσον αφορά την ποιότητα και τις προδιαγραφές των στερεών βιοκαυσίμων για θέρμανση και των συσκευών θέρμανσης με καύσιμο στερεή βιομάζα (τζάκια, σόμπες κλπ.),
- εκστρατείες ενημέρωσης ευαισθητοποίησης των πολιτών.

Είναι ιδιαίτερα σημαντική η ενημέρωση και η ευαισθητοποίηση του κοινού, δεδομένου ότι το πρόβλημα έχει σημαντικές επιπτώσεις στη δημόσια υγεία και το περιβάλλον.

Η συμβολή των πολιτών στην αντιμετώπιση του φαινομένου είναι ιδιαίτερα σημαντική δεδομένου ότι η επιλογή του τρόπου θέρμανσης των νοικοκυριών επηρεάζει άμεσα τις εκπομπές σωματιδίων. Είναι αποδεδειγμένο ότι η επιλογή του κατάλληλου είδους καυσίμου και τρόπου θέρμανσης συνεισφέρει σημαντικά στη μείωση των εκπομπών αιωρούμενων

σωματιδίων. Η χρήση τζακιών και σομπών για θέρμανση έχει γενικά μικρή απόδοση και μεγάλη περιβαλλοντική επιβάρυνση.

#### **Δ. ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΠΟΥ ΘΑ ΑΝΑΛΑΒΕΙ Ο ΑΝΑΔΟΧΟΣ**

Το αντικείμενο του Έργου αφορά στην υλοποίηση ενεργειών ενημέρωσης των κατοίκων των αστικών κέντρων, με στόχο την ευαισθητοποίησή τους για την Πρόληψη του φαινομένου και την Προστασία τους από το νέφος της Αιθαλομίχλης.

Για το σκοπό αυτό ο Ανάδοχος θα αναλάβει:

- τον Επικοινωνιακό Σχεδιασμό και την εξειδίκευση των ενεργειών ευαισθητοποίησης,
- το σχεδιασμό της Επικοινωνιακής Ταυτότητας της ενημερωτικής καμπάνιας,
- την παραγωγή Τηλεοπτικού και Ραδιοφωνικού μηνύματος για τη μετάδοσή τους ως κοινωνικά μηνύματα,
- την παραγωγή ενημερωτικού υλικού
- τον προγραμματισμό (Media Plan) και την υλοποίηση της επικοινωνιακής εκστρατείας μέσω internet (*web campaign*),
- την υποστήριξη της Δ/σης Οργάνωσης καθ' όλη τη διάρκεια του Έργου.

Η υλοποίηση του Έργου θα πραγματοποιηθεί με τις ενέργειες που παρουσιάζονται αναλυτικά στη συνέχεια, οι οποίες είναι άμεσα συνυφασμένες μεταξύ τους ως προς το αντικείμενο και επικαλυπτόμενες ως προς τους χρόνους έναρξης και ολοκλήρωσής τους.

Οι προτεινόμενες Ενέργειες Ενημέρωσης και Ευαισθητοποίησης θα εξειδικευτούν και θα αποτυπωθούν από τον Ανάδοχο σε ένα ολοκληρωμένο Σχέδιο Δράσεων Επικοινωνίας, το οποίο θα περιλαμβάνει τον αριθμό και το είδος των προτεινόμενων προωθητικών ενεργειών, λαμβάνοντας υπόψη το διαθέσιμο προϋπολογισμό, το χρόνο, αλλά και την προβλεπόμενη αποτελεσματικότητα.

#### Σχεδιασμός – Προετοιμασία των Ενεργειών Δημοσιότητας

Ο Ανάδοχος θα υποστηρίξει την Δ/ση Οργάνωσης κατά το σχεδιασμό και την υλοποίηση των ενεργειών, υπό το πρίσμα μιας ενιαίας και συνολικής ενημερωτικής καμπάνιας. Οι υπηρεσίες που θα παρασχεθούν θα περιλαμβάνουν όλες τις σχετικές ενέργειες σχεδιασμού και προετοιμασίας που προηγούνται της εκτέλεσης των ενεργειών δημοσιότητας. Ειδικότερα, οι υπηρεσίες του Αναδόχου θα περιλαμβάνουν κατ' ελάχιστο τις ακόλουθες ενέργειες:

##### 1.1 Επικοινωνιακή Προσέγγιση & Δημιουργικός Σχεδιασμός:

- **Προσδιορισμός της Ταυτότητας** των ενεργειών και **εξειδίκευση της επικοινωνιακής προσέγγισης**, με στόχο την αποτελεσματική ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού.
- **Καθορισμός επικοινωνιακών μηνυμάτων** για την προσέγγιση-ευαισθητοποίηση του κοινού, που θα αντανakλούν την ταυτότητα των ενημερωτικών ενεργειών και θα υποστηρίζουν την επικοινωνιακή προσέγγιση.
- **Ανάπτυξη σεναρίων ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών σποτ**, για τη μετάδοσή τους ως κοινωνικά μηνύματα.
- Δημιουργικό σχεδιασμό της επικοινωνιακής εκστρατείας μέσω internet (*web campaign*) –**Προσαρμογές δημιουργικών για διαφορετικά sites & portals**.
- **Εικαστική επιμέλεια και διαμόρφωση του ενημερωτικού υλικού** που θα αναδεικνύει την ταυτότητα των ενεργειών και θα ενισχύει την αναγνωρισιμότητά τους.
- **Δημιουργία-σχεδιασμός** λογοτύπων, αφισών, web banners, φυλλαδίων κλπ., καθώς και **όλου του επιμέρους υλικού** που θα παραχθεί και θα αξιοποιηθεί στο πλαίσιο των ενεργειών ευαισθητοποίησης, σε έντυπη ή/και ηλεκτρονική μορφή.

Ο Ανάδοχος θα υποβάλει για κάθε ενέργεια αναλυτική πρόταση για το περιεχόμενο, το χρόνο, τον τόπο και τον τρόπο υλοποίησης.

Μετά από έγκριση της Δ/σης Οργάνωσης, δημιουργικές προτάσεις επεξεργάζονται και υλοποιούνται ως τηλεοπτικά και ραδιοφωνικά μηνύματα, καταχωρήσεις στο Διαδίκτυο (web banners, έντυπο υλικό, κλπ.)

Σημειώνεται ότι τα προσχέδια των δημιουργικών εργασιών που υποβάλλονται προς έγκριση στη Δ/ση Οργάνωσης δεν χρεώνονται.

#### 1.2 Προετοιμασία Περιεχομένου:

Ο Ανάδοχος θα αναλάβει τη συλλογή, αποδελτίωση του απαραίτητου υλικού, καθώς και τη σύνταξη ή/και επιμέλεια όλων των σχετικών κειμένων που θα χρησιμοποιηθούν για την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού.

#### Στο περιεχόμενο περιλαμβάνονται:

- τα κείμενα των ενημερωτικών φυλλαδίων,
- οι ανακοινώσεις στον τύπο, τυχόν Δελτία Τύπου για το έργο, κλπ.
- οποιοδήποτε επιπλέον υλικό επικοινωνίας κριθεί σκόπιμο να παρασχεθεί και να αξιοποιηθεί στα διάφορα στάδια του Έργου.

Ο σχεδιασμός, αφενός, της Επικοινωνιακής Στρατηγικής και, αφετέρου, του δημιουργικού/ περιεχομένου, θα πρέπει να διέπεται από τις ακόλουθες αρχές-χαρακτηριστικά:

- Ομοιογένεια και συνεκτικότητα.
- Συμπληρωματικότητα και αξιοποίηση εναλλακτικών καναλιών επικοινωνίας.
- Σαφήνεια στόχων και αναμενόμενων αποτελεσμάτων.
- Πρωτοτυπία και σύγχρονο χαρακτήρα των προτεινόμενων ενεργειών.
- Αποτελεσματική στόχευση σε επιμέρους κατηγορίες κοινού.

Το υλικό και το περιεχόμενο που θα δημιουργηθεί μπορεί να τροποποιείται/προσαρμόζεται στη συνέχεια, προκειμένου να καλυφθούν ειδικές ανάγκες που τυχόν προκύψουν κατά τη διάρκεια εκτέλεσης των ενεργειών δημοσιότητας.

#### Οργάνωση & Υλοποίηση Ενεργειών – Παραγωγή Ενημερωτικού Υλικού

Μετά την οριστικοποίηση και εξειδίκευση της επικοινωνιακής προσέγγισης, ο Ανάδοχος καλείται να υλοποιήσει ένα συνεκτικό **Σχέδιο Δράσεων Ενημέρωσης & Ευαισθητοποίησης**, με τεκμηριωμένη την αποτελεσματικότητα των ενεργειών σε σχέση με τους επιδιωκόμενους στόχους και τις ομάδες-στόχους (target groups), το οποίο θα συνάδει με την ολοκληρωμένη στρατηγική του ΥΠΕΚΑ για το Περιβάλλον, καθώς και με τις οδηγίες της Δ/σης Οργάνωσης, ενώ θα περιλαμβάνει, τουλάχιστον τα παρακάτω:

#### 2.1 Εξειδίκευση Επικοινωνιακής Προσέγγισης/Επικοινωνιακού Σχεδιασμού

- Στόχοι και ομάδες-στόχου
- Στρατηγική επικοινωνίας
- Χρονοδιάγραμμα
- Προϋπολογισμός – Ποσοστιαία Κατανομή Ενεργειών

#### 2.2 Προβολή στα ΜΜΕ

##### **2.2.1 Σχεδιασμός & Παραγωγή Τηλεοπτικού/Ραδιοφωνικού Μηνύματος – Μετάδοση/προβολή ως κοινωνικών μηνυμάτων**

Επισημαίνεται ότι η προβολή/ μετάδοση του τηλεοπτικού/ ραδιοφωνικού μηνύματος θα πραγματοποιηθεί σε ζώνες κοινωνικού μηνύματος, χωρίς χρέωση.

Η προβολή και μετάδοση των τηλεοπτικών/ραδιοφωνικών spot, στο πλαίσιο των ζωνών κοινωνικού μηνύματος:

- Ραδιοφωνικά Spot (δημιουργία και παραγωγή)

Ο Ανάδοχος θα αναλάβει τη δημιουργία και παραγωγή του ραδιοφωνικού μηνύματος σε ψηφιακή μορφή (CD - AUDIO), την αναπαραγωγή και διανομή τους για όλες τις ραδιοφωνικές μεταδόσεις και την προώθησή τους στους ραδιοφωνικούς σταθμούς.

- Τηλεοπτικά Spot

Ο Ανάδοχος θα αναλάβει τη δημιουργία, παραγωγή και προώθηση/διανομή τηλεοπτικών σποτ που θα απευθύνονται σε όλη την ελληνική επικράτεια και, κυρίως, στον πληθυσμό των μεγάλων αστικών κέντρων, αποσκοπώντας:

α) στην ενημέρωση, ευαισθητοποίηση και κινητοποίηση των πολιτών σε σχέση με τους στόχους, το περιεχόμενο, τις κατευθύνσεις/οδηγίες του Έργου,  
β) τη συνολικότερη διάχυση της πληροφορίας για την πρόληψη και προστασία από το φαινόμενο της αιθαλομίχλης στα αστικά κέντρα της χώρας και τη δημοσιοποίηση στην κοινή γνώμη της σημαντικής ωφέλειας που προκύπτει από την υλοποίηση του εν λόγω Έργου. Η δημιουργία του σεναρίου των spot θα γίνει από τον Ανάδοχο σε συνεργασία με την Δ/ση Οργάνωσης και θα πρέπει να αντικατοπτρίζει τους σκοπούς και τους στόχους του συνολικά της Πράξης, καθώς και να συνάδει με τη συνολική στρατηγική του Υπουργείου για την προώθηση και εφαρμογή των περιβαλλοντικών πολιτικών του.

Ο Ανάδοχος θα προβεί στη διαμόρφωση και αναπαραγωγή του spot σε κατάλληλη μορφή που να χρησιμοποιείται από τηλεοπτικούς σταθμούς και στο πλαίσιο της κοινωνικής ζώνης. Η παράδοση των σποτ θα γίνει και σε σύστημα ΒΕΤΑ.

### **2.2.2 Ενημερωτική Καμπάνια στο Διαδίκτυο**

Ο Ανάδοχος θα αναλάβει το σχεδιασμό, την παραγωγή και τη διανομή διαδικτυακού μηνύματος, στο πλαίσιο μιας στοχευμένης web campaign, που θα περιλαμβάνει:

- Media plan για την καμπάνια στο διαδίκτυο, η οποία θα δεσμεύει τουλάχιστον το 30% του προϋπολογισμού του Έργου.
- Παραγωγή web banners σε διαφορετικές διαστάσεις ανάλογα με τις προδιαγραφές των ιστοσελίδων που θα καταχωρηθούν.
- Καταχώρηση διαφημιστικών banners σε ιστοσελίδες του διαδικτύου με μεγάλη επισκεψιμότητα.

### **2.3 Παραγωγή Ενημερωτικού Υλικού**

Ο Ανάδοχος θα αναλάβει το σχεδιασμό και την παραγωγή έντυπου ενημερωτικού υλικού, το οποίο θα απευθύνεται στην ευρύτερη κοινή γνώμη, με στόχο την προβολή και τη διάχυση της ενημέρωσης όσον αφορά στην πρόληψη και προστασία του πληθυσμού, κυρίως, των μεγάλων αστικών κέντρων από τις επιβλαβείς συνέπειες του φαινομένου της αιθαλομίχλης.

- ▲ Εκτύπωση ενημερωτικών εντύπων, αφισών κλπ. σε ποσότητες που θα υπερκαλύπτουν τις ανάγκες του Έργου και θα συμφωνηθούν από κοινού με την Δ/ση Οργάνωσης.

Τα παραπάνω δεν εξαντλούν τις κατηγορίες του έντυπου υλικού, καθώς ο Ανάδοχος μπορεί να προτείνει και όποια άλλη κατηγορία εντύπων κρίνει απαραίτητη για την επίτευξη των στόχων του Έργου.

Ειδικότερα, η παραγωγή εντύπων περιλαμβάνει, κατ' ελάχιστον, τα κάτωθι:

- Πρόταση περιεχομένου του έντυπου υλικού,
- Σχεδιασμό δημιουργικού των εντύπων,
- Επιμέλεια των κειμένων και,
- Εκτύπωση/παραγωγή του έντυπου ενημερωτικού υλικού.

Ο Ανάδοχος θα πρέπει να δώσει ιδιαίτερη βαρύτητα τόσο στο δημιουργικό, όσο και στο περιεχόμενο των εντύπων, το μέγεθός τους, κτλ.

### **2.4 Διανομή Ενημερωτικού Υλικού**

Ο Ανάδοχος θα αναλάβει την οργάνωση όλων των απαιτούμενων διαδικασιών, καθώς και των απαραίτητων ενεργειών για τη διανομή και αποστολή του ενημερωτικού υλικού, όπως:

- Αποστολή ενημερωτικών εντύπων προς διανομή σε γραφεία Δήμων, Κέντρα Εξυπηρέτησης Πολιτών, Νοσοκομεία κα.
- Συνεργασία με φορείς για την ένθεση στην αλληλογραφία τους (πχ. ΔΕΗ)
- Υποστήριξη της Δ/σης Οργάνωσης – Παρακολούθηση & Διαχείριση των επιμέρους Ενεργειών

Ο Ανάδοχος θα αναλάβει το σύνολο των αναγκαίων δραστηριοτήτων για την απρόσκοπτη εκτέλεση των ενεργειών ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης, καθώς και την υποστήριξη της Δ/σης Οργάνωσης από τη φάση της οργάνωσης έως την εκτέλεση και τον απολογισμό τους.

Ο Ανάδοχος στο πλαίσιο της υλοποίησης του Σχεδίου Δράσεων, θα συντάσσει εκθέσεις / αναφορές με τον απολογισμό των ενεργειών, την καταγραφή στοιχείων εφαρμογής των ενεργειών και τη συλλογή και αρχειοθέτηση αποδεικτικών στοιχείων υλοποίησης. Οι υπηρεσίες που θα προσφέρει θα αφορούν και στην τεχνική, οργανωτική και λειτουργική υποστήριξη της Δ/σης Οργάνωσης, μέχρι την ολοκλήρωση του Έργου.

Στις υποχρεώσεις του Αναδόχου, ενδεικτικά περιλαμβάνονται οι ακόλουθες ενέργειες:

- **Παρακολούθηση και Αξιολόγηση** των ενεργειών και της αποτελεσματικότητάς τους (σύνταξη εκθέσεων/αναφορών προόδου του Έργου και τελικής/απολογιστικής Έκθεσης Υλοποίησης του Έργου).
- **Διαχειριστική υποστήριξη, οικονομική παρακολούθηση** και συλλογή του απαραίτητου τεκμηριωτικού υλικού που είναι αναγκαίο για την πληρωμή των δαπανών (π.χ. παραδοτέα, παραστατικά κλπ).
- **Συμμετοχή σε συναντήσεις** σχετικές με το αντικείμενο του Έργου, όπου και όποτε κρίνεται απαραίτητο από την Δ/ση Οργάνωσης.
- **Τεχνική υποστήριξη** της Δ/σης Οργάνωσης για κάθε ζήτημα που προκύπτει από το αντικείμενο της συναφθείσας Σύμβασης.

#### **E. ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΕΡΓΟΥ**

Το Έργο του αναδόχου έχει διάρκεια **90 ημέρες**, το αργότερο, από την ημερομηνία υπογραφής της Σύμβασης.

#### **ΣΤ. ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ - ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ**

<b>ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ</b>	<b>ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ</b>	<b>ΧΡΟΝΟΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ -ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> Αναλυτικά
Επικοινωνιακός Σχεδιασμός – Δημιουργική Ταυτότητα	Εξειδίκευση επικοινωνιακού πλάνου και δημιουργικής ταυτότητας	10 ημέρες από την υπογραφή της Σύμβασης
	Εκπόνηση Σχεδίου Δράσεων Ενημέρωσης & Ευαισθητοποίησης	Υποβολή του Σχεδίου Δράσεων το αργότερο εντός 15 ημερών από την υπογραφή της Σύμβασης
Προβολή σε ΜΜΕ	Σχεδιασμός και παραγωγή Ραδιοτηλεοπτικών Μηνυμάτων	20 ημέρες από την υπογραφή της Σύμβασης
	Σχεδιασμός media plan και web banners	15 ημέρες από την υπογραφή της Σύμβασης
	Καταχωρήσεις ενημερωτικού μηνύματος σε ηλεκτρονικές ιστοσελίδες	Τουλάχιστον για 40 ημέρες μετά την έγκριση του media plan
Ενημερωτικό Έντυπο Υλικό	Προτάσεις - Προσχέδια για ενημερωτικά έντυπα, αφίσες, κλπ	15 ημέρες από την υπογραφή της Σύμβασης
	Παραγωγή - εκτύπωση ενημερωτικών εντύπων	15 ημέρες από την έγκρισή τους
Διανομή Ενημερωτικού Υλικού	Αποστολές ενημερωτικού υλικού σε επιλεγμένους παραλήπτες	30 ημέρες από την υπογραφή της Σύμβασης

#### **ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ:**

**1.** Για την υλοποίηση του αντικειμένου της παρούσας, ο Σύμβουλος Δημοσιότητας θα θέτει στη διάθεση της Δ/σης Οργάνωσης τις υπηρεσίες του καθ' όλη τη διάρκεια της υλοποίησής της.

Η απόφαση της υλοποίησης ή μη της κάθε προτεινόμενης ενέργειας λαμβάνεται από την Δ/ση Οργάνωσης. Σε κάθε περίπτωση ακολουθεί έγγραφη έγκριση της πρότασης του Αναδόχου από την Επιτροπή Παρακολούθησης και Παραλαβής του Έργου, η οποία εξετάζει την πρόταση του Αναδόχου.

2. Για την έγγραφη αποτύπωση του είδους των υπηρεσιών που θα παρέχει ο Σύμβουλος Δημοσιότητας, ο Ανάδοχος θα υποβάλει τα ακόλουθα **Παραδοτέα**:

i. **Εκπόνηση Σχεδίου Δράσεων Ενημέρωσης & Ευαισθητοποίησης**, το οποίο θα περιλαμβάνει κατ' ελάχιστον:

- Την εξειδίκευση της Επικοινωνιακής Προσέγγισης (επικοινωνιακοί στόχοι, ομάδες-στόχου, κλπ).
- Τη διαμόρφωση της Επικοινωνιακής & Δημιουργικής Ταυτότητας για το Έργο.
- Τη μεθοδολογία υλοποίησης των προτεινόμενων ενεργειών.
- Τις φάσεις και το χρονοδιάγραμμα υλοποίησης.
- Την ποσοστιαία κατανομή του προϋπολογισμού.

ii. **Πρόγραμμα για τη Δημοσιότητα & Προβολή στο διαδίκτυο – Media Plan**, με βάση τις κατευθύνσεις της Δ/σης Οργάνωσης και τις ανάγκες του Έργου, όπως περιγράφεται στο άρθρο Α ανωτέρω, στην παρούσα Προκήρυξη, το οποίο θα περιλαμβάνει:

- Τον αριθμό και το είδος των διαφημιστικών καταχωρήσεων στο διαδίκτυο.
- Το χρονοδιάγραμμα των προτεινόμενων καταχωρήσεων.
- Το κόστος.
- Screen shots από τις ιστοσελίδες όπου καταχωρείται το διαδικτυακό μήνυμα.

iii. **Δημιουργικές Προτάσεις** (ιδέα/concept, εφαρμογές σε καταχωρήσεις, τηλεοπτικά και ραδιοφωνικά spots, ενημερωτικό υλικό, κλπ.) ανά επικοινωνιακή ενέργεια.

Οι δημιουργικές προτάσεις θα περιλαμβάνουν, ενδεικτικά:

- ▲ Σενάρια ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών spot.
- ▲ Μακέτες με το δημιουργικό για την προβολή στο διαδίκτυο.
- ▲ Προσχέδια για το δημιουργικό σχεδιασμό των ενημερωτικών εντύπων.
- ▲ Αντίγραφα τελικών μακετών του έντυπου ενημερωτικού υλικού.

iv. **Παραγωγή του Επικοινωνιακού Υλικού**, η οποία θα περιλαμβάνει, κατ' ελάχιστον:

- 1 αντίτυπο των τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών spot,
- 1 αντίτυπο κατάλληλου επικοινωνιακού και πληροφοριακού υλικού για διαδικτυακή χρήση (π.χ. καταχωρήσεις σε ιστοσελίδες και portals με flash/web-banners).
- 10 αντίτυπα από κάθε είδος του επικοινωνιακού υλικού (φυλλάδια, αφίσες, κ.ά.).
- Σχετικά παραστατικά/Δελτία Αποστολής.

Για τα παραπάνω παραδοτέα (επικοινωνιακό υλικό), τόσο κατά τη φάση του σχεδιασμού, όσο και πριν την τελική παραγωγή και αναπαραγωγή τους, ο Ανάδοχος θα πρέπει να υποβάλλει δείγματα (demo) του υλικού αυτού στην Επιτροπή Παρακολούθησης και Παραλαβής Έργου για τον τελικό έλεγχο και έγκρισή τους.

v. **Περιοδικές Αναφορές** μετά την ολοκλήρωση υλοποίησης κάθε φάσης/ενέργειας οι οποίες θα περιλαμβάνουν κάθε στοιχείο που θα αποδεικνύει την πλήρη και την ορθή υλοποίηση των σχετικών δράσεων και ενεργειών (όπως, τιμολόγια, πραγματικές εμφανίσεις/δημοσιεύσεις στα Μέσα, Reports των τελικών αναμεταδόσεων/καταχωρήσεων, κλπ.).

vi. **Απολογιστικές Αναφορές** οικονομικής εξέλιξης και υλοποίησης του Έργου.

vii. **Τελική Απολογιστική Έκθεση** υλοποίησης του Έργου, η οποία θα περιλαμβάνει τη συνολική αποτίμηση και αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της επικοινωνιακής εκστρατείας γενικότερα.



3. Ανάλογα με τις εκάστοτε έκτακτες ανάγκες επικοινωνιακής υποστήριξης της Δ/σης Οργάνωσης, ο Ανάδοχος δύναται να κατάρτιζει, κατόπιν αιτήματος της Δ/σης Οργάνωσης, ad hoc σύντομα σημειώματα με παρατηρήσεις ή προτάσεις για ειδικότερα θέματα.
4. Το αρμόδιο όργανο που είναι υπεύθυνο από πλευράς Δ/σης Οργάνωσης για την παρακολούθηση της υλοποίησης του Έργου και την παραλαβή του, καθώς και των εκάστοτε Παραδοτέων του, είναι η Επιτροπή Παρακολούθησης και Παραλαβής του Έργου, που θα συγκροτηθεί με νεώτερη Απόφαση της Δ/σης Οικονομικού.
5. Η Δ/ση Οργάνωσης θα θέσει στη διάθεση του Αναδόχου κάθε πληροφορία που απαιτείται για την υλοποίηση του Έργου.
6. Ο Ανάδοχος θα είναι υπεύθυνος για την υποβολή των Παραδοτέων και την παροχή των υπηρεσιών, που προβλέπονται στο Αντικείμενο του Έργου, εντός των προθεσμιών του χρονοδιαγράμματος, το οποίο θα οριστικοποιηθεί και θα εγκριθεί από την Δ/ση Οργάνωσης.

## **Z. ΦΑΚΕΛΟΣ ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΩΝ**

Οι συμμετέχοντες πρέπει να έχουν τουλάχιστον τριετή (3) αποδεδειγμένη ενασχόληση και ικανότητες, εξειδικευμένες γνώσεις, σημαντική και τεκμηριωμένη εμπειρία σε τομείς: διαφήμισης, προβολής, πληροφόρησης, επικοινωνίας και δημοσιότητας ή άλλες συναφείς δραστηριότητες με το περιεχόμενο του παρόντος έργου

Τα νομικά πρόσωπα που είναι εγκατεστημένα στην Ελλάδα ή ενώσεις ή κοινοπραξίες αυτών, που υποβάλουν κοινή προσφορά, πρέπει να ασκούν διαφημιστικές ή άλλες συναφείς δραστηριότητες και να μπορούν να επιλεγούν ως Ανάδοχοι διαφημιστικών υπηρεσιών σύμφωνα με τις προϋποθέσεις των παραγράφων 2 και 3 του άρθρου 2 του ΠΔ 261/97 όπως τροποποιήθηκε και ισχύει με τις διατάξεις της παραγράφου 3 του άρθρου 12 του ν. 3688/2008.

Οι Υποψήφιοι ανάδοχοι διαφημιστικών υπηρεσιών της ημεδαπής, θα πρέπει να διαθέτουν πιστοποιητικό συμμόρφωσης, σύμφωνα με το Πρότυπο ΕΛΟΤ 1435, από διαπιστευμένους προς τούτο Φορείς Πιστοποίησης

## **H. ΦΑΚΕΛΟΣ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ**

1. Ο υποψήφιος Ανάδοχος καλείται να περιλάβει στο φάκελο της Τεχνικής Προσφοράς τα ακόλουθα:

- 1.1. **Πρόταση Επικοινωνιακής Προσέγγισης**, για τη διάρκεια εκτέλεσης του Έργου στην οποία θα πρέπει τουλάχιστον να αναφέρονται:
  - Οι επικοινωνιακοί στόχοι και το στοχοθετούμενο κοινό (συμπεριλαμβανομένων τυχόν επιμέρους κατηγοριών), καθώς και ο τρόπος προσέγγισής του.
  - Το περιεχόμενο της πληροφόρησης – Τα σημεία επικοινωνίας που πρέπει να αναδειχθούν.
  - Η επικοινωνιακή και δημιουργική Ταυτότητα – Τα επικοινωνιακά μηνύματα.

- 1.2. **Πρόταση Σχεδίου Δράσεων Ενημέρωσης & Ευαισθητοποίησης**

Με βάση το παραπάνω, οι υποψήφιοι υποβάλλουν ενδεικτική πρόταση Σχεδίου Δράσεων Ενημέρωσης & Ευαισθητοποίησης, με ποσοστιαία κατανομή των ενεργειών και χρονικά κατανεμημένου. Θα περιλαμβάνει, επίσης, Πίνακα χρήσης των Διαδικτυακών Μέσων (Media Plan), με αναφορά ανά Μέσο της ενέργειας, του χρόνου προτεινόμενης υλοποίησης, και του ποσοστού του συνολικού προβλεπόμενου προϋπολογισμού του Έργου.

Στη διαμόρφωση της πρότασής τους, οι υποψήφιοι λαμβάνουν υπόψη ότι το ποσοστό του συνολικού προϋπολογισμού που θα χρησιμοποιηθεί για την προβολή στο Διαδίκτυο, θα είναι τουλάχιστον 35%.

Στο Σχέδιο Δράσεων, πρέπει να αναφέρονται, κατ' ελάχιστον, τα κάτωθι:

- Περιγραφή, προδιαγραφές και ποσοτικοποίηση των προτεινόμενων ενεργειών και των παραγωγών, καθώς και των μέσων και εργαλείων που θα χρησιμοποιηθούν (ποσότητες των υλικών που προτείνονται να παραχθούν για κάθε κατηγορία ενεργειών, αριθμός και είδος ενημερωτικού υλικού, σημεία και διαδικασία διανομής τους στους αποδέκτες).
  - Η μεθοδολογία του τρόπου υλοποίησης του Έργου, καθώς και παρακολούθησης/ελέγχου των επιμέρους ενεργειών ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης.
  - Τα δείγματα δημιουργικών εργασιών (δημιουργικές προτάσεις για διαφημιστικές καταχωρήσεις σε μορφή banners για το διαδίκτυο και για έντυπο υλικό, τηλεοπτικά και ραδιοφωνικά σενάρια). Τα στοιχεία αυτά είναι τα ελάχιστα επιθυμητά, αλλά δεν είναι εξαντλητικά, ενώ θα ληφθούν υπόψη και θα αξιολογηθούν οποιοσδήποτε δημιουργικές προτάσεις επεκτείνουν και προσθέτουν αξία στα παραπάνω στοιχεία.
  - Media Plan: αριθμός και διάρκεια μηνυμάτων που θα προβληθούν στο Διαδίκτυο.
  - Ο ποσοστιαία κατανομή προϋπολογισμού για την υλοποίηση του προτεινόμενου Σχεδίου Δράσεων.
- Το χρονοδιάγραμμα για την προετοιμασία και την υλοποίηση των επιμέρους ενεργειών.

### 1.3. Διαδικασία Υποστήριξης της Δ/σης Οργάνωσης

Ο τρόπος υποστήριξης της Δ/σης Οργάνωσης για την υλοποίηση του Έργου περιλαμβάνει, κατ' ελάχιστον, τα κάτωθι:

- Διαδικασία παρακολούθησης και ελέγχου της αποτελεσματικότητας της υλοποίησης του Σχεδίου Δράσεων.
- Μέσα και διαδικασίες για την εξασφάλιση της ποιότητας των υπηρεσιών.

### 1.4. Περιγραφή Παραδοτέων ανά ενέργεια (σε πίνακα).

### 1.5. Οργάνωση – Διοίκηση του Έργου:

Στην ενότητα αυτή, οι υποψήφιοι θα υποβάλουν ολοκληρωμένη πρόταση, η οποία θα περιλαμβάνει:

- Περιγραφή του τρόπου υλοποίησης του Έργου, της συμμετοχής των στελεχών του υποψηφίου σε επίπεδο αρμοδιοτήτων κάθε ενός τούτων σε συνάρτηση με την εξειδίκευση και την υλοποίηση των ενεργειών ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης.
- Αναλυτική περιγραφή της δομής, σύνθεσης, οργάνωσης και λειτουργίας της Ομάδας Έργου (των στελεχών που θα εμπλακούν στο έργο).
- Συνεργασία του υποψηφίου με τα αρμόδια στελέχη της Δ/σης Οργάνωσης, κατά την εξειδίκευση των προτεινόμενων ενεργειών και των επί μέρους προτάσεων.
- Την Ομάδα Έργου, η οποία θα πρέπει να είναι ικανή σε αριθμό και προσόντα και να διαθέτει εξειδικευμένη γνώση και εμπειρία για την εκτέλεση παρόμοιων έργων/υπηρεσιών στα παρακάτω αντικείμενα, ενδεικτικά:
  - Σχεδιασμό και υλοποίηση επικοινωνιακών προγραμμάτων σε ανάλογα έργα.
  - Σχεδιασμό και υλοποίηση δημοσιότητας και προβολής (media plan) στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (συμπεριλαμβανομένου του Διαδικτύου).
  - Σχεδιασμό, ανάπτυξη, παραγωγή και διανομή ενημερωτικού υλικού όπως ενημερωτικές εκδόσεις, διαφημιστικά έντυπα, banners για διαφήμιση στο διαδίκτυο, τηλεοπτικές και ραδιοφωνικές παραγωγές, κλπ.
  - Σχεδιασμό και υλοποίηση επικοινωνιακής προσέγγισης και άμεσης επικοινωνίας με το κοινό – στόχο.
  - Σχεδιασμό και παραγωγή δημιουργικών προτάσεων των παραπάνω ενεργειών.
- Συμπληρωμένο τον Πίνακα που ακολουθεί, και στον οποίο θα δίνονται αναλυτικά στοιχεία απασχόλησης καθενός από τα προτεινόμενα στελέχη της Ομάδας Έργου ή/και εξειδικευμένων συνεργατών. Στον εν λόγω Πίνακα θα πρέπει να ορίζεται επακριβώς η ομάδα των στελεχών που θα απασχοληθεί για την παραγωγή των επί μέρους παραδοτέων του Έργου (πακέτων εργασιών / υπηρεσιών).

**ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΤΕΛΕΧΩΣΗΣ & ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΟΜΑΔΑΣ ΕΡΓΟΥ**

Όνοματεπώνυμο Στελέχους	Εταιρεία	Θέση στην Ομάδα Έργου	Εμπειρία	Καθήκοντα στην Ομάδα Έργου

όπου:

- Στη στήλη "Στέλεχος" συμπληρώνεται το ονοματεπώνυμο κάθε προτεινόμενου στελέχους της ομάδας έργου.
- Στη στήλη "Εταιρεία" συμπληρώνεται η εταιρία στην οποία απασχολείται το κάθε στέλεχος της ομάδας έργου.
- Στη στήλη "Εμπειρία" συμπληρώνεται ο χρόνος της εξειδικευμένης γνώσης και εμπειρίας στην εκτέλεση συναφών έργων / υπηρεσιών του στελέχους της Ομάδας.
- Στη στήλη "Θέση στην Ομάδα" συμπληρώνεται ο ρόλος του στελέχους, σύμφωνα με την προτεινόμενη διοικητική οργάνωση της Ομάδας.
- Στη στήλη "Καθήκοντα στην Ομάδα" αναφέρονται οι εργασίες που πρόκειται να αναλάβει κάθε στέλεχος της ομάδας έργου.

Ο κάθε υποψήφιος θα πρέπει να συμπεριλάβει στην Τεχνική Προσφορά του αναλυτικά βιογραφικά σημειώματα των προτεινόμενων στελεχών με ιδιαίτερη αναφορά και τεκμηρίωση των γνώσεων και της εμπειρίας τους. Στα βιογραφικά θα πρέπει να αποτυπώνεται σαφώς η συμμετοχή και ο ρόλος του στελέχους σε αναλόγου φύσεως και μεγέθους έργα κατά το πρόσφατο παρελθόν.

Κάθε υποψήφιος ορίζει τον Υπεύθυνο Έργου (project manager), που θα ηγηθεί της ομάδας έργου. Ο Υπεύθυνος θα πρέπει να έχει τις γνώσεις, την εμπειρία και το κύρος για να καθοδηγήσει και να συντονίσει το σύνολο των προσφερομένων υπηρεσιών από τον Ανάδοχο. Θα συνεργάζεται και θα αναφέρει ανά πάσα στιγμή στην Δ/ση Οργάνωσης. Ο κάθε υποψήφιος θα πρέπει να ορίσει έναν Υπεύθυνο Δημιουργικού, ο οποίος θα είναι υπεύθυνος για το συντονισμό της ομάδας του δημιουργικού, το σχεδιασμό, την παραγωγή και έκδοση των Παραδοτέων και τη διασφάλιση της ποιότητας των Παραδοτέων, σύμφωνα με τις προδιαγραφές που θα καθοριστούν σε συνεργασία με την Δ/ση Οργάνωσης.

Εάν ο Υπεύθυνος ή τα μέλη της Ομάδας Έργου και της τυχόν ομάδας εξειδικευμένων συνεργατών του υποψηφίου αναδόχου δεν είναι μόνιμα στελέχη του προσφέροντος που υποβάλλει την προσφορά, υποβάλλεται από έναν έκαστο εξ' αυτών, υπεύθυνη δήλωση ότι υπάρχει συμφωνία συνεργασίας για όλη την προβλεπόμενη διάρκεια του παρόντος έργου και δέχονται τους όρους του παρόντος διαγωνισμού.

Αντικατάσταση του Υπευθύνου, ή των μελών της Ομάδας Έργου κατά την διάρκεια της σύμβασης μπορεί να γίνει μόνο μετά από έγκριση της Δ/σης Οργάνωσης. Η Δ/ση Οργάνωσης δικαιούται να ζητήσει από τον Ανάδοχο την αντικατάσταση μέλους εμπλεκόμενου στην εκτέλεση του Έργου που κατά την βέβαιη και αιτιολογημένη κρίση της, δεν ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις του Έργου, ο δε Ανάδοχος υποχρεούται στην περίπτωση αυτή να ανταποκριθεί στην απαίτηση της Δ/σης Οργάνωσης, σε εύλογο χρονικό διάστημα που θα συμφωνηθεί από κοινού ότι απαιτείται για την εξεύρεση αντικαταστάτη.

1. Ο φάκελος της Τεχνικής Προσφοράς μπορεί να περιλαμβάνει σε Παράρτημα κάθε άλλη πληροφορία, την οποία οι υποψήφιοι Ανάδοχοι θεωρούν χρήσιμη.
2. Τα στοιχεία της Τεχνικής Προσφοράς αποτελούν ουσιαστικό κριτήριο ανάθεσης και θα βαθμολογηθούν σύμφωνα με τα αναφερόμενα στο άρθρο Ι της παρούσας.
3. Επισημαίνεται ότι η Επιτροπή Αξιολόγησης διατηρεί το δικαίωμα να ζητήσει γραπτές ή προφορικές διευκρινήσεις από οποιονδήποτε υποψήφιο για τα αναφερόμενα στην τεχνική του προσφορά ή και προφορική παρουσίαση αυτών.

4. Ο υποψήφιος Ανάδοχος με την Προσφορά του δεσμεύεται να υλοποιήσει το Έργο στον προδιαγεγραμμένο χρόνο και στην ποιότητα και επίπεδο σύμφωνα με την Προσφορά του και τους όρους της παρούσας Πρόσκλησης Εκδήλωσης Ενδιαφέροντος.

5. Αντιπροσφορά ή τροποποίηση της Προσφοράς ή Προσφορά που, κατά την κρίση της αρμόδιας Επιτροπής Αξιολόγησης των προσφορών του Διαγωνισμού, εξομοιώνεται με αντιπροσφορά είναι απαράδεκτη και δε λαμβάνεται υπόψη.

6. Οι Προσφορές θα πρέπει να αναφέρονται στο σύνολο των ζητούμενων υπηρεσιών. Οι Προσφορές που αναφέρονται σε τμήμα ή μέρος των ζητούμενων Προσφορών, θα απορρίπτονται ως απαράδεκτες.

#### **Θ. ΦΑΚΕΛΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ**

Ο φάκελος «ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ» θα πρέπει να περιλαμβάνει συμπληρωμένα και υπογεγραμμένα τα ακόλουθα:

#### **A. ΕΝΤΥΠΟ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΥ ΠΟΣΟΣΤΟΥ ΑΜΟΙΒΗΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΣΤΑ ΜΜΕ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΠΙΤΥΓΧΑΝΟΜΕΝΗΣ ΕΛΑΧΙΣΤΗΣ ΕΚΠΤΩΣΗΣ**

1. Για τις ενέργειες προβολής στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης του Διαδικτύου ο προσφέρων υποψήφιος Ανάδοχος δεσμεύεται για μέση ελάχιστη επιτυγχανόμενη από τον ίδιο **έκπτωση** και επ' ωφελεία της Δ/σης Οργάνωσης ως εξής:

- ποσοστό ..... (...) % [ολογράφως και αριθμητικώς] επί του καθαρού ποσού προ ΦΠΑ επί του επίσημου τιμοκαταλόγου των Μέσων.

2. Για τις ενέργειες προβολής στο Διαδίκτυο η **αμοιβή** του προσφέροντος υποψήφιου ανάδοχου θα ανέρχεται:

- σε ποσοστό ..... (...) % [ολογράφως και αριθμητικώς] επί του καθαρού ποσού προ ΦΠΑ και μετά τις εκπτώσεις επί του επίσημου τιμοκαταλόγου των Μέσων.

3. Για τις πάσης φύσεως παραγωγές που αναλαμβάνονται από τρίτους η αμοιβή του Αναδόχου θα ανέρχεται σε ποσοστό ..... (...) % [ολογράφως και αριθμητικώς] του καθαρού ποσού προ ΦΠΑ.

Για παραγωγές που θα πραγματοποιηθούν από τον ίδιο τον Ανάδοχο καταβάλλεται το σχετικό –εγκεκριμένο κάθε φορά από την Δ/ση Οργάνωσης- κόστος χωρίς πρόσθετη αμοιβή του Αναδόχου.

4. Για άλλες ενέργειες που αναλαμβάνονται από τρίτους, η αμοιβή του Αναδόχου θα ανέρχεται σε ποσοστό ..... (...) % [ολογράφως και αριθμητικώς] του καθαρού ποσού προ ΦΠΑ.

5. Για ενέργειες που θα πραγματοποιηθούν από τον ίδιο τον Ανάδοχο καταβάλλεται το σχετικό – εγκεκριμένο κάθε φορά από την Δ/ση Οργάνωσης – κόστος χωρίς πρόσθετη αμοιβή του Αναδόχου.

6. Η εκπόνηση της Επικοινωνιακής Προσέγγισης και του Σχεδίου Δράσεων αποτελούν μέρος του αντικειμένου του Αναδόχου που δεν αμείβεται ξεχωριστά και καλύπτεται από την αμοιβή του που υπολογίζεται κατά τα ανωτέρω, κατά τη φάση σχεδιασμού και υλοποίησης των επιμέρους ενεργειών που περιλαμβάνονται στο Σχέδιο Δράσεων και εγκρίνονται κάθε φορά από την Δ/ση Οργάνωσης.

7. Η εκπόνηση Προγράμματος για τη δημοσιότητα και προβολή στο Διαδίκτυο – media plan αποτελούν μέρος του αντικειμένου του Αναδόχου που δεν αμείβεται ξεχωριστά και καλύπτεται από την αμοιβή του, που υπολογίζεται κατά τα ανωτέρω, κατά τη φάση σχεδιασμού και υλοποίησης των επιμέρους ενεργειών που περιλαμβάνονται στο Πρόγραμμα Δημοσιότητας και εγκρίνονται κάθε φορά από την Δ/ση Οργάνωσης.

## **B. ΠΙΝΑΚΑΣ : ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ**

1. Το υλικό που θα παραχθεί στο πλαίσιο του Έργου, χρεώνεται σε ό,τι αφορά το δημιουργικό - για συγκεκριμένα είδη δαπανών- με βάση τον παρακάτω κατάλογο, ο οποίος θα αποτελέσει αναπόσπαστο τμήμα της Σύμβασης που θα υπογραφεί και θα δεσμεύει τον Ανάδοχο.

2. Για τα είδη δαπανών δημιουργικού που δεν περιλαμβάνονται στον κατάλογο και που πιθανόν θα χρειαστεί κατά την εκτέλεση του Έργου να πραγματοποιηθούν από τον Ανάδοχο (λόγω της εξειδίκευσης του Σχεδίου Δράσεων), το κόστος θα προκύπτει κατ' αναλογία με τα προσφερόμενα είδη δαπανών δημιουργικού και με κατάλληλη σύνθεση αυτών, καθώς και ύστερα από σχετική πρόταση και αποδοχή της από την Δ/ση Οργάνωσης

### **ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ**

<b>ΟΜΑΔΑ Α. ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΑ ΜΕΣΑ</b>	<b>ΤΙΜΗ (ΕΥΡΩ)</b>
Σενάρια τηλεόρασης	
Story Board ταινίας ανά frame	
Σενάρια ραδιοφώνου	
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	

<b>ΟΜΑΔΑ Β. WEB CAMPAIGN - BANNERS</b>	<b>ΤΙΜΗ (ΕΥΡΩ)</b>
Μελέτη σχεδιασμού internet banner	
Προσαρμογή σχεδιασμού Internet banner 300X 250 pixels	
Προσαρμογή σχεδιασμού Internet banner 468 X 60 pixels	
Προσαρμογή σχεδιασμού Internet banner 728 X 90 pixels	
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	

<b>ΟΜΑΔΑ Γ. ΕΝΤΥΠΟ ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ</b>	<b>ΤΙΜΗ (ΕΥΡΩ)</b>
Concept μονόφυλλου	
Concept Δίπτυχου	
Concept Τρίπτυχου	
Μακέτα μονόφυλλου	
Μακέτα Μονόφυλλου (2 όψεις)	
Μακέτα Δίπτυχου	
Μακέτα Τρίπτυχου	
Μακέτα ανά σελίδα πολυσέλιδου εντύπου	

Προσαρμογές Μακέτας	
Αφίσα 35X50 4χρ.	
Αφίσα 50X70 4χρ.	
Αφίσα 35X50 A/M	
Αφίσα 50X70 A/M	

- Οι παραπάνω τιμές αναφέρονται σε μία μονάδα μέτρησης για το κάθε είδος (π.χ. 1 αφίσα, 1 σενάριο κ.λ.π.) και για όλα τα είδη δημιουργικών εργασιών. Οι παραπάνω τιμές θα εφαρμόζονται κατά την εκτέλεση της σύμβασης σε κάθε περίπτωση και ανεξαρτήτως της ζητούμενης ποσότητας ανά είδος.
- Οι παραπάνω τιμές δεν αναπροσαρμόζονται για οιονδήποτε λόγο καθ' όλη τη διάρκεια της σύμβασης, δοθέντος ότι ο υποψήφιος ανάδοχος θεωρεί τον κίνδυνο απρόοπτου μεταβολής των οικονομικών συνθηκών ως ενδεχόμενο και τον αποδέχεται.
- Τα παραπάνω ποσά δεν περιλαμβάνουν ΦΠΑ και συμπληρώνονται σε Ευρώ.

**Προσοχή:** Στην περίπτωση που κάποιες από τις παραπάνω τιμές δε συμπληρωθούν από το διαγωνιζόμενο, η Επιτροπή Αξιολόγησης, συμπληρώνει υποχρεωτικά τα κενά θέτοντας τις αντίστοιχες υψηλότερες τιμές - στην εκάστοτε μη συμπληρωμένη κατηγορία - από τις προσφορές των λοιπών διαγωνιζομένων.

**Κατά την υπογραφή της σύμβασης με τον επιλεγέντα Ανάδοχο, ο Τιμοκατάλογος για τις κατηγορίες που ενδεχομένως δε θα έχουν συμπληρωθεί κατά την υποβολή της προσφοράς θα ολοκληρωθεί με την προσθήκη στα κενά των χαμηλότερων τιμών από το σύνολο των προσφορών.**

#### **Γ. Συμπληρωμένο τον Συγκεντρωτικό Γ' Πίνακα Οικονομικής Προσφοράς του Υποψήφιου Αναδόχου.**

Με βάση τις προσφερόμενες τιμές στα προηγούμενα έντυπα **A και B** συμπληρώνεται και υπογράφεται από τον προσφέροντα και ο Συγκεντρωτικός Πίνακας που ακολουθεί.

<b>ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ Γ' ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΑΝΑΔΟΧΟΥ</b>				
Κατηγορία Ενέργειας		ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟ ΠΟΣΟ (1)	ΠΡΟΣΦΟΡΑ	Ενδεικτικό κόστος οικονομικής προσφοράς
		[α]	[β]	[γ]
A.	Παραγωγές: % αμοιβής αναδόχου	100	...%	αΧβ
B.	Άλλες ενέργειες: % αμοιβής αναδόχου	100	...%	αΧβ
	<b>K1: ΣΥΝΟΛΟ A+B</b>			
Γ.	Δημιουργικό: Συνολικό κόστος Πίνακα Β' Δημιουργικών Εργασιών (ΕΥΡΩ): K2		..... (2)	β
Δ1.	Προβολή στα ΜΜΕ (% ΕΚΠΤΩΣΗΣ)			
	Διαδίκτυο (web campaign)	100	...%	αΧ(100%-β)
	<b>K3: ΣΥΝΟΛΟ</b>			
Δ2.	Προβολή στα ΜΜΕ (%)			

	<b>ΑΜΟΙΒΗΣ)</b>			
	Διαδίκτυο (web campaign)	100	...%	αΧβ
	<b>Κ4: ΣΥΝΟΛΟ</b>			
(1)	Δεν δεσμεύει την Δ/ση Οργάνωσης. Το πραγματικό κόστος θα προκύπτει κατά την εκτέλεση της σύμβασης σύμφωνα με τις προβλεπόμενες διαδικασίες. Το αναγραφόμενο ποσό τίθεται από την Δ/ση Οργάνωσης και δεν συμπληρώνεται ή τροποποιείται από τον υποψήφιο.			
(2)	Προκύπτει ως αθροιστικό κόστος των δημιουργικών εργασιών που προβλέπονται στο σχετικό πίνακα.			
(3)	Τα σκιασμένα κελιά δε συμπληρώνονται από τον υποψήφιο.			
(4)	Τα ποσοστά μπορούν να δίδονται <u>μέχρι πρώτο δεκαδικό ψηφίο</u>			
(5)	Μηδενικά ποσοστά αμοιβής δεν γίνονται δεκτά (ως μηδενικό ποσοστό αμοιβής νοείται το 0,0%)			

Ο Πίνακας αυτός θα χρησιμοποιηθεί **αποκλειστικά** για τον υπολογισμό της βαθμολογίας της Οικονομικής Προσφοράς του υποψηφίου. Εξυπακούεται ότι τα στοιχεία του Πίνακα που συμπληρώνονται με βάση τα έντυπα Α και Β της προσφοράς, πρέπει να ταυτίζονται. Σε διαφορετική περίπτωση η Επιτροπή Αξιολόγησης θεωρεί ως ορθά τα αναφερόμενα στα παραπάνω έντυπα (που είναι και δεσμευτικά) και προχωρά στις αναγκαίες διορθώσεις. Το ίδιο πράττει και σε περίπτωση λανθασμένων υπολογισμών, αναφέροντας τις όποιες διορθώσεις στο πρακτικό της.

Οικονομική Προσφορά μεγαλύτερη της προϋπολογιζόμενης δαπάνης δεν γίνεται δεκτή και επιφέρει αυτόματα την απόρριψη της προσφοράς και τον αποκλεισμό του διαγωνιζόμενου. Οι υποψήφιοι ανάδοχοι θα πρέπει να **αναφέρουν και το συνολικό ποσόν της Προσφοράς τους** για την υλοποίηση του έργου.

Προσφορές οι οποίες θα υπερβαίνουν τον προϋπολογισμό του άρθρου Α της παρούσας δε θα γίνουν δεκτές.

Εάν οι τιμές ενός διαγωνιζόμενου είναι ιδιαίτερα χαμηλές ή κατά τη γνώμη της Επιτροπής Διενέργειας Διαγωνισμού είναι ανατιολογήτες, η Δ/ση Οργάνωσης υποχρεούται να καλέσει τον διαγωνιζόμενο να τις αιτιολογήσει και αν αυτός δεν προσφέρει επαρκή αιτιολόγηση θα αποκλειστεί από τον διαγωνισμό, σύμφωνα με το άρθρο 52 του Π.Δ. 60/2007 (άρθρο 55 της Κοινοτικής Οδηγίας 2004/18/ΕΚ).

## **I. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ**

Τα **Κριτήρια Αξιολόγησης των Τεχνικών Προσφορών** περιλαμβάνουν τις ακόλουθες δύο Ομάδες, με τους αντίστοιχους συντελεστές βαρύτητας των Ομάδων:

A/A	ΚΡΙΤΗΡΙΑ	ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ΒΑΡΥΤΗΤΑΣ
Aj	<b>ΟΜΑΔΑ Α</b> <b>ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ &amp; ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ</b>	<b>σ<sub>1</sub> (80% )</b>
Aj1	Κατανόηση και αξιολόγηση των στόχων και ιδιαίτεροτήτων του έργου και ενσωμάτωσή τους στο Σχέδιο Δράσεων και τεκμηρίωση της αποτελεσματικότητάς του.	25%
Aj2	Δημιουργικές προτάσεις	60%

Aj3	Μεθοδολογία ελέγχου αποτελεσματικότητας και υποστήριξης της Δ/νσης Οργάνωσης	15%
<b>Bj</b>	<b>ΟΜΑΔΑ Β</b> <b>ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΟΥ</b>	<b>σ<sub>2</sub> (20% )</b>
Bj1	Δομή, σύνθεση και οργάνωση της Ομάδας Έργου (κατανομή αρμοδιοτήτων, αριθμός στελεχών για την επιτυχή υλοποίηση του έργου, βαθμός εμπλοκής του Υπευθύνου του έργου, επάρκεια στη σύνθεση των ειδικοτήτων για την κάλυψη του έργου, οργάνωση της λειτουργίας της Ομάδας και των εξειδικευμένων συνεργατών κλπ).	100%

#### **ΙΑ. ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ - ΤΡΟΠΟΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ**

Η συνολική δαπάνη θα ανέλθει μέχρι του ποσού των εξήντα χιλιάδων ευρώ (60.000 €), πλέον ΦΠΑ 23%.

Η πληρωμή θα γίνει μετά από την παραλαβή των παραδοτέων από την αρμόδια Επιτροπή Παραλαβής & Παρακολούθησης του Έργου.

Κατά την πληρωμή θα γίνουν:

α) Παρακράτηση φόρου εισοδήματος 8% σύμφωνα με το Ν. 2198/1994 και

β) Κράτηση 0,10% σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν. 4013/15-9-2011 (Α'204) του άρθρου 4 (παρ. 3) υπέρ της Ενιαίας Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Συμβάσεων στην οποία θα διενεργηθεί κράτηση τέλους χαρτοσήμου 3% (πλέον 20% εισφοράς υπέρ ΟΓΑ) επί του ποσού της κράτησης 0,10%, σύμφωνα με το υπ' αριθμ. /55469/0026/10-6-2013 έγγραφο του Υπουργείου Οικονομικών - Γ.Γ. Δημοσιονομικής Πολιτικής.

Ο συνολικός χρόνος υλοποίησης του έργου είναι τρεις (3) μήνες από την υπογραφή της σύμβασης

Οι προσφορές θα γράφουν τον χρόνο που θα ισχύουν οι τιμές.

Επίσης, θα αναφέρεται το ποσοστό του ΦΠΑ που επιβαρύνεται το κάθε είδος χωριστά.

Οι υποψήφιοι ανάδοχοι οφείλουν να υποβάλλουν προσφορά για το σύνολο των προσφερόμενων υπηρεσιών, με σαφή αναφορά στην προσφερόμενη τιμή για κάθε υπηρεσία ξεχωριστά, άλλως η προσφορά δεν αξιολογείται.

Ουδεμία αναπροσαρμογή της αμοιβής του Αναδόχου προβλέπεται.

#### **ΙΒ. ΚΑΤΑΚΥΡΩΣΗ ΤΟΥ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΥ**

Το Υπουργείο ΠΕΚΑ έχει το δικαίωμα να μην κατακυρώσει το διαγωνισμό στο μειοδότη:

α. εάν το αποτέλεσμα κρίνεται μη ικανοποιητικό

β. εάν υπάρξει μεταβολή των αναγκών σε σχέση με το υπό ανάθεση έργο, οι δε διαγωνιζόμενοι παραιτούνται από κάθε απαίτηση κατά του Δημοσίου.

Η αμοιβή του αναδόχου, όπως θα διαμορφωθεί με την οικονομική προσφορά του, θα περιλαμβάνει τιμή μονάδος ανά είδος.

Οι προσφορές θα πρέπει να υποβληθούν στο ΥΠΕΚΑ, Γενική Διεύθυνση Οικονομικών Υπηρεσιών, Πανόρμου 2(ημιόροφος) μέχρι την Δευτέρα **4/11/2013 και ώρα 12:00.**



## **ΙΓ. ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΥ**

Η Επιτροπή διενέργειας του διαγωνισμού θα οριστεί με νεώτερη απόφαση

Η παρούσα θα αναρτηθεί άμεσα στην ιστοσελίδα του ΥΠΕΚΑ.

**Η ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ  
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ**

**ΑΛΙΚΗ ΣΚΛΗΡΗ**

### **ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ**

1. Γραφείο Υπουργού
2. Γραφείο Γεν. Γραμματέα ΥΠΕΚΑ
3. Γραφείο Γεν. Δ/ντή Προγραμματισμού και Έργων
4. Γραφ. Γενικής Διευθύντριας Οικονομικών Υπηρεσιών
5. Δ/ση Οικονομικού
6. Δ/ση Οργάνωσης

### **ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΝΟΜΗ**

1. Νατάσσα Φριτάκη (3)
2. Χρον.Αρχείο