

**Питання та відповіді по результатах конференції перед поданням пропозицій
29 липня 2021 р., 10:00 по Skype**

493-2021-UNDP-UKR-RFP-RPP

#	Питання	Відповідь
1.	Чи буде наданий маршрут для розвезення матеріалів\брошур для розрахунку вартості при складанні фінансової частини пропозиції?	Краще закладати в пропозицію розсилку цих наборів по установам.
2.	В кожній області повинно бути по 5 білбордів та 5 сітілайтів, тобто разом 10?	В технічному завданні вказано по 5 у кожному регіоні (Луганська та Донецька область, підконтрольні уряду України території).
3.	Сітілайти та білборди повинні бути встановлені в центрі міст чи ми можемо розглядати траси та районні центри?	Ми будемо орієнтуватись на найкращі пропозиції від виконавця цього завдання. Якщо доцільність встановлення білборду на трасі між містами буде більш переконливою, такий варіант може бути прийнятий.
4.	Бажаний період встановлення інформації на білбордах з жовтня по грудень?	Білборди повинні бути розміщені до 22 неділі після підписання контракту, з розміщенням на 3 місяці.
5.	Чи є у вас база лікарів з якими можна спілкуватись щодо пропонованих тем та зразки роликів до яких можна звернутись як до зразків?	В нас є база лікарів та ми можемо ними поділитись контактами. Посилання на відео ми не надаємо та маємо надію на пропозиції від потенційного підрядника. Ролики з наших попередніх проєктів ви можете переглянути на нашому офіційному каналі на YouTube .
6.	Що ви очікуєте від роликів? Чи повинні там бути актори та постановки чи просто людина яка просто сидить за столом?	Це має буди ролик до 1 хвилини з використанням 2D графіки. Детальних вимог та спеціалізованих умов до сценарію, окрім зазначених у ТЗ, немає.
7.	Чи є у вас обмеження по бюджету на відео?	Ми не можемо повідомляти таку інформацію. Це конкурсний процес і фінансова пропозиція є складовою загальної оцінки учасника торгів.
8.	Як будуть розповсюджуватись ролики на телебаченні, по соціальній квоті?	Ми завантажуюмо ролики на наш офіційний канал. Розповсюджуємо серед наших партнерів та партнерських організацій. У деяких територіальних громадах встановлені нами відео панелі, в приміщеннях мед установ, адміністрацій. У нас є домовленість з державними органами щодо передачі відеороликів для подальшої трансляції.
9.	Чи є описи аудиторії для якої ці матеріали будуть виготовлені?	В нас немає конкретної цільової аудиторії, окрім загальної – населення підконтрольних уряду України територій Донецької та Луганської областей. Водночас, для кращої ідентифікації деяких груп з нашої ЦА, варто звернути увагу на відвідувачів установ де встановлені відео панелі. Брошури, білборди та сітілайти розраховані на населення віком від 14 років.
10.	Яка фінальна мета кампанії?	Підвищення інформованості та обізнаності населення про хронічні захворювання, розвіювання міфів про них та мотивування звертатись до лікарів у разі проявлення певного спектру тих чи інших симптомів.

11.	Що мають доносити ролики?	Контекст ми будемо прописувати під час розробки сценаріїв.
12.	Для 30 публікацій ми розглядаємо національні чи регіональні ЗМІ? Чи потрібно включати статистику регіону по захворюванням в ці публікації?	В ТЗ вказано що це повинні бути головні національні медіа. Вимоги по регіональним медіа немає. Стосовно залучення регіонального контексту – цікава ідея і це може бути обговорено під час розробки сценаріїв.
13.	Чи може UNDP розміщувати ці матеріали за гроші?	UNDP не має права робити таке, але підрядна організація може використовувати такий ресурс.
14.	Пріоритет це онлайн чи друковані регіональні ЗМІ?	В ТЗ не йдеться про друковані ЗМІ. Першочергово це вебсайти та канали в соціальних мережах.
15.	Чи є статистика що до стереотипів у аудиторії щодо питань здоров'я?	Ми можемо поділитись результатами досліджень по регіонам та громадам. https://www.impact-repository.org/document/repository/36b796a5/AGORA_UKR_SO_LUHANSK-OBLAST_HCVA_1904_Ukr_January2021.pdf https://www.impact-repository.org/document/repository/d669c0bd/AGORA_UKR_SO_DONETSK-OBLAST_HCVA_1904_Ukr_January2021.pdf
16.	Чи передбачається адаптація роликів під телевізійний формат?	В нас прописаний формат роликів до однієї хвилини, у разі необхідності буде розглядатись варіант зміни розміру до 15-30 секунд.
17.	Чи є вимоги щодо обмеження соціальної реклами в медичній тематиці?	Соціальна реклама, включно з тематиками медичного спрямування, може містити, але цим не обмежується, наявністю героїв/героїнь людей, або може бути представлена анімаційно або схематично, має доносити правдиву інформацію, підтверджену джерелами, соціально значущу. Обов'язковим є дотримання відсутності продактплейсменту, включно із лого будь-яких товарів, ліків, одягу тощо.
18.	Буде 5 сюжетів для 5 білбордів та 5 сітілайтів у кожному регіоні чи це одна тематика?	Так, буде 5 сюжетів для кожної області.
19.	Чи будуть фокусгрупи? Як планується вимірювати ефективність компаній?	Наші колеги працюють над таким. Ми будемо вимірювати ефективність вже після закінчення проекту, включно із отриманням рейтингів переглядів на телебаченні тощо)
20.	Чи є внутрішні критерії успішності проекту?	Кожен сегмент проекту повинен бути виконаний в строк з відповідною якістю.
21.	Чи можливо подавати заявку як консорціум?	Якщо Учасник торгів - це група юридичних осіб, які сформують або створили спільне підприємство (СП), консорціум або асоціацію для участі у тендері, вони повинні підтвердити у своїй тендерній пропозиції, що: (i) вони призначили одну сторону як провідна/головна організація, що підтверджується листом/наміром між членами СП та подається разом із тендерною пропозицією; та (ii) якщо їм присуджений контракт, контракт повинен бути укладений ПРООН та призначеною провідною організацією, яка діятиме від і від імені всіх суб'єктів, що входять до складу спільного підприємства. Опис організації СП, Консорціуму чи Асоціації повинен чітко визначати очікувану роль кожного із суб'єктів у спільному підприємстві у виконанні вимог МТБ, як у тендерній заявці, так і у СП, Консорціумі чи Угоді про асоціацію. Усі суб'єкти, які входять до

		<p>складу СП, Консорціуму чи Асоціації, підлягають оцінці відповідності та кваліфікації ПРООН.</p> <p>Консорціум чи Асоціація, представляючи свій досвід та досвід, повинні чітко розрізняти:</p> <p>а) ті, які були спільно здійснені СП, Консорціумом чи Асоціацією; і</p> <p>б) ті, які були здійснені окремими організаціями СП, Консорціуму чи Асоціації</p>
22.	Участь в Skype конференції являє собою обов'язкову умову для участі в тендері?	Це інформаційна сесія и відсутність компанії не накладає ніяких обмежень на неї.
23.	Чи можна пристали 2 файли з фінансовою пропозицією для уникнення проблем з технічним відкриттям?	Надається один файл з фінансовою пропозицією . Цей файл повинен бути запароленим.
24.	Чи можна подавати одну людину що займає одночасно дві посади?	Так, можна пропонувати одного кандидата на 2 позиції. В CV кожного учасника команди повинні бути вказані досвід, освіта, що підтверджують необхідну кваліфікацію для кожної позиції.