



Приложение № 2

ТЕХНИЧЕСКИ УСЛОВИЯ ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПОРЪЧКАТА**1. ПРЕДМЕТ НА ПОРЪЧКАТА**

Избор на изпълнител/и за провеждане на здравни информационни кампании по проект „Информирани и здрави”, Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси”, Бюджетна линия BG 051PF001 – 5.3.01., по шест обособени позиции, определени в „Техническата спецификация”, както следва:

Първа обособена позиция: Реализиране на национална здравна кампания, насочена към намаляване консумацията на готварска сол;

Втора обособена позиция: Реализиране на национална здравна кампания, насочена към намаляване употребата на психотропни вещества сред младите хора;

Трета обособена позиция: Реализиране на национална кампания срещу тютюнопушенето;

Четвърта обособена позиция: Реализиране на национална кампания за ограничаване на производствения травматизъм;

Пета обособена позиция: Реализиране на национална кампания за ограничаване на битовия травматизъм;

Шеста обособена позиция: Реализиране на национална кампания за ограничаване на транспортния травматизъм;

Участниците в процедурата могат да кандидатстват за една, повече от една или всички обособени позиции.

Възложителят сключва отделен договор по всяка от обособените позиции.

2. НАЧИН, СРОК И МЯСТО НА ИЗПЪЛНЕНИЕ

2.1. Начин на изпълнение (за всяка от първа до шеста обособена позиция) – въз основа на сключения договор изпълнителят се задължава да проведе здравна информационна кампания, като изработи предвидените за кампанията материали (филми, клипове, печатни материали, и пр.) и реализира разработения подробен медиен план за разпространение на филмите, видео, аудиоклиповете и банерите, при съобразяване със следните минимални изисквания:

- Кратката десетминутна версия на всеки създаден филм следва да бъде излъчен по 2 (две) национални ефирни телевизии и най-малко в 5 (пет) кабелни телевизии с национален обхват в подходящо гледаемо време, с повторение в друг часови пояс, в зависимост от спецификата на целевите групи. Под гледаемо време се разбира ранен, същински и късен прайм тайм, заключен в часовия диапазон между 16:30 ч. до 23:30 часа, с повторение в друг часови пояс.



- 1 или 2 видеоклипа (подбран от общото количество произведени видеоклипове) за всяка една от шест здравно информационни кампании следва да бъде излъчен минимум по 30 пъти във всяка една от двете национални ефирни телевизии (общо минимум 60 пъти) и минимум по 30 пъти във всяка една от най-малко пет кабелни телевизии с национален обхват (общо минимум 150 пъти) в подходящо гледаемо време, като под гледаемо време се разбира:
30% от излъчванията в часовия диапазон между 07:30 ч. до 08:30 часа;
30% от излъчванията в часовия диапазон между 09:30 ч. до 12:30 часа;
40% от излъчванията в часовия диапазон между 19:00 ч. до 22:30 часа;
Като индикатор за ефективност от излъчванията, ще се счита постигането на минимален брой рейтинг точки, а именно 450 таргет рейтинг точки (TRPs).
- За всяка от кампаниите трябва да има минимум по 2 (два) броя излъчвания на репортажи от събития, посветени на темата на съответната кампания по 2 (две) национални ефирни телевизии (общо минимум 4 пъти) и в 5 (пет) кабелни телевизии с национален обхват (общо минимум 10 пъти).
- За всяка една от шестте здравно-информационни кампании трябва да има минимум по 2 (две) публикации по ½ страница, посветени на темата на съответната кампания по четири национални ежедневници с тираж минимум 50 000 бр. и среднодневен тираж 55 000 (общо минимум 8 публикации).
- 1 или 2 аудиоклип (подбрани от общото количество произведени аудиоклипове) за всяка една от шест здравно информационни кампании следва да бъде излъчен минимум по 30 пъти в 5 радиостанции с национален обхват (общо минимум 150 пъти) и минимум по 30 пъти в най-малко 15 радиостанции с регионален обхват, покриващи всички населени места, избрани за реализиране на кампаниите (общо минимум 450 пъти), в подходящо слушаемо време, съобразени с градовете, в които ще се реализират целенасочено кампаниите, както следва:
 - 40% от излъчванията в часовия диапазон между 07:00 ч. до 10:00 часа;
 - 20% от излъчванията в часовия диапазон между 12:00 ч. до 13:00 часа;
 - 40% от излъчванията в часовия диапазон между 16:00 ч. до 19:00 часа;
- Пълната 27-минутна версия, кратката версия на всеки създаден филм и всеки видеоклип следва да бъдат излъчени по възможно по-голям брой регионални телевизии, съобразени с градовете, в които ще се реализират целенасочено кампаниите.
- Излъчването на интернет банерите следва да бъде планирано минимум в три различни сайта, съобразени със спецификата на кампаниите, които да включват поне един новинарски сайт, интернет портал и специализиран сайт по тематиката на съответната кампания и следва да се доставят минимум 200 000 импресии за първа, четвърта, пета и шеста обособена позиция и минимум 500 000 импресии за втора и трета обособена позиция.
- Изработените и отпечатани материали като: плакати, брошури, листовки, флаери, стикери, папки, листове, големи транспаранти, тениски, шапки, чадъри и други промоционални материали за всяка от кампаниите се разпространяват сред целевите



групи за съответната кампания по време на масови мероприятия като хепънинги, срещи, дискусии, концерти, безплатни прожекции на филмите в читалища, кино салони, училища и др. в посочените по-долу населени места, а при възможност и в други населени места. Флаерите и стикерите могат да се разпространяват по пощенските кутии, като вложка на вестници и списания, със сметките на мобилните оператори или други начини, избрани от изпълнителя.

Населените места, които са предварително подбрани, така че да обхващат различните целеви групи, са както следва: Айтос, Берковица, Варна, Дулово, Крумовград, Кула (Видинска област), Кърджали, Никопол, Пазарджик, Плевен, Пловдив, Разлог, Ракитово (Пазарджишка област) Русе, София, Средец (Бургаска област), Стара Загора, Търговище и Шумен.

2.2. Срок на изпълнение:

2.2.1. За всяка от първа до шеста обособена позиция:

2.2.1.1. За изготвяне на материалите, необходими за провеждане на всяка от шестте кампании в завършен вид и брой, съгласно Техническата спецификация: до 90 (деветдесет) календарни дни от подписването на договора.

2.2.1.2. За реализиране на самите кампании: до 120 (сто и двадесет) календарни дни, след изготвяне на необходимите материали за всяка от кампаниите, от които 30 дни за провеждане на кампания по национални медии, 30 дни за провеждане на кампания в регионални медии и 60 дни за провеждане на кампания в предвидените за това население мета.

Място за представяне на изготвените материали преди представянето им пред населението (за всяка от шестте обособени позиции) – Министерство на здравеопазването, пл. „Света Неделя” № 5.

3. НАЧИН НА ОБРАЗУВАНЕ НА СТОЙНОСТТА НА УСЛУГАТА

В стойността на услугата по всяка от шестте обособени позиции се включва стойността на всички разходи по подготовка на материалите, необходими за провеждането на кампаниите, и тяхното разпространение чрез съответните медии и в определените населени места, като сумата на данък добавена стойност и други такси или данъци се посочва отделно.

Стойността за извършване на услугата е фиксирана и не подлежи на промяна за срока на действие на договора.

4. МАКСИМАЛНА СТОЙНОСТ НА ВСЯКА ОБОСОБЕНА ПОЗИЦИЯ, БЕЗ ДДС:

Първа обособена позиция: Реализиране на национална здравна кампания, насочена към намаляване консумацията на готварска сол – до 470 000 лв.

Втора обособена позиция: Реализиране на национална здравна кампания, насочена към намаляване употребата на психотропни вещества сред младите хора – до 600 000 лв.

Трета обособена позиция: Реализиране на национална кампания срещу тютюнопушенето – до 600 000 лв.

Четвърта обособена позиция: Реализиране на национална кампания за ограничаване на производствения травматизъм - до 470 000 лв.



Пета обособена позиция: Реализиране на национална кампания за ограничаване на битовия травматизъм - до 470 000 лв.

Шеста обособена позиция: Реализиране на национална кампания за ограничаване на транспортния травматизъм - до 470 000 лв.

5. НАЧИН НА ПЛАЩАНЕ

5.1. Заплащането по първите шест обособени позиции се извършва в **български лева**, по банков път по следния начин:

5.1.1. Авансово плащане в размер на 20% от стойността на договора в 10-дневен срок от подписването на договора и представяне на проформа-фактура и безусловна и неотменяема банкова гаранция за авансово плащане за еквивалентната сума, издадена в полза на Министерство на здравеопазването в срок до 5 (пет) работни дни от подписване на договора и валидна **60 (шестдесет) календарни дни** след датата на изпълнение на договора. Банковата гаранция за авансово плащане се освобождава при окончателното плащане.

5.1.2. Междинно плащане в размер на 30% от стойността на договора - след приключване изготвянето на материалите, необходими за провеждане на кампаниите, отложено в срок до 60 дни, чрез банков превод, след представяне на следните документи:

- изготвените материали, необходими за провеждане на кампаниите, съгласно техническата спецификация;
- приемно-предавателните протоколи за изработените материали по всяка обособена позиция;
- обобщен опис на протоколите – 3 екземпляра;
- договорите за разпространение на аудио визуалните материали, сключени със съответните медии, съответстващи на представения медиен план, съобразен с изискванията на Техническата спецификация за съответната кампания;
- фактура, съставена съгласно изискванията на ЗДДС и ППЗДДС - оригинал и 2 броя заверени копия;

5.1.3. 50% и окончателно разплащане - след приключване на кампаниите и представяне на доказателства за реализираните излъчвания на аудиовизуалните материали и разпространение на другите материали, съответстващо на предвиденото в договора с изпълнителя.

Изброените документи се представят в деловодството на Министерство на здравеопазването, класирани и прикачени в папка. В папката се прилага писмо с опис на съдържащите се в нея документи, като задължително се посочват номерата, датите и броя на приложените документи от всеки вид.

6. ГАРАНЦИЯ ЗА УЧАСТИЕ

Гаранцията за участие в процедурата е:

- 4 700 лв. (четири хиляди и седемстотин лева) – за първата обособена позиция;
- 6 000 лв. (шест хиляди лева) – за втората обособена позиция;



- 6 000 лв. (шест хиляди лева) – за третата обособена позиция;
- 4 700 лв. (четири хиляди и седемстотин лева) – за четвъртата обособена позиция;
- 4 700 лв. (четири хиляди и седемстотин лева) – за петата обособена позиция;
- 4 700 лв. (четири хиляди и седемстотин лева) – за шестата обособена позиция;

Срокът на валидност на гаранцията за участие в процедурата е **срокът** на валидност на офертите.

7. ГАРАНЦИЯ ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ

Гаранцията за изпълнение на всеки от договорите е в размер на **3 %** (три процента) от стойността на съответния договор без ДДС и се представя в момента на сключването му, като се освобождава след неговото успешно приключване.

Срокът на валидност на гаранцията за изпълнение на договора е **60** (шестдесет) календарни дни след датата на изтичане срока на съответния договор.

8. СРОК НА ВАЛИДНОСТ НА ОФЕРТИТЕ

Срокът на валидност на офертите е не по-малко от 90 (деветдесет) календарни дни от крайния срок за подаване на оферти.

9. ИЗИСКВАНИЯ КЪМ ИЗПЪЛНИТЕЛИТЕ ЗА ВСЯКА ОТ ПЪРВА ДО ШЕСТА ОБОСОБЕНА ПОЗИЦИЯ

Кандидат или участник в процедура за обществена поръчка може да бъде всяко българско или чуждестранно физическо или юридическо лице, както и техни обединения.

В случай, че участникът, избран за изпълнител на обществената поръчка е обединение на юридически лица, при подписване на договора следва да представи:

(а) документ за регистрация на консорциума като юридическо лице, или

(б) нотариално заверен договор за създаването на консорциума, включващ посочените в офертата участници, в който договор изрично един от участниците се определя като член на консорциума, натоварен да го представлява с който се провежда кореспонденцията по изпълнение на договора.

9.1. Изисквания за технически възможности и квалификация на изпълнителя:

9.1.1. Участникът трябва да има опит в провеждането на национални информационно-комуникационни кампании (кампании, имащи национален обхват и изпълнявани чрез комбинация от медийни канали и способи, предназначени да информират и повлияят на поведението на големи по обхват целеви групи), като през последните три години (2007 г., 2008 г. и 2009 г.) участникът следва да е изпълнил поне една национална информационно-комуникационна кампания на стойност над 235 000 лева. Договорите се считат за изпълнени в съответния период, ако кампаниите са проведени от изпълнителя и приети от възложителя в този период.

За установяване съответствието с това изискване, участникът за изпълнител следва да представи:



а) списък на договорите за проведени национални кампании, изпълнени от участника през последните три години (2007, 2008 и 2009 г.), като за всеки един от договорите се описва подробно предмета на съответната кампания, дата на започване и приключване на дейностите и стойността;

б) заверени копия от договорите – удостоверяващи страните, предмета, стойността и периода на изпълнение;

в) референции към приложените договори, издадени от възложителите на кампаниите, като в тях се посочва удовлетвореността от изпълнението, предметът, мястото и сроковете за изпълнение.

В случай на участник – обединение от юридически и/или физически лица, изискването се отнася за всички участници в обединението като цяло.

9.1.2. Участникът следва да разполага с доказани технически възможности за изпълнение на поръчката, като демонстрира наличие на професионален екип в състав и с квалификация, посочени по-долу. За доказване на наличието на професионален екип, участникът представя копия от договори (трудови или граждански) с лицата, включени в екипа. Сроктът на договорите следва да е не по-къс от крайния срок за приключване на съответната кампания по обособената позиция, за която се кандидатства.

9.1.2.1. Изисквания към предложения екип за реализация на съответната кампания:

За изпълнение на предмета на поръчката участникът трябва да предложи екип от експерти, в състав:

Ръководител на екипа – специалист по създаване и провеждане на цялостни рекламни кампании, притежаващ практически експертни знания и умения в областта на рекламата, управление и планиране на рекламни бюджети, медиа-купуване.

Ръководителят на екипа следва да отговаря на следните изисквания:

Квалификации и умения:

- висше образование в областта на медиите, хуманитарни специалности, икономика или друга специалност, отнасяща се към спецификата на настоящата поръчка;
- много добри организационни и координационни умения;
- отлични компютърни умения (Word, Excel, PowerPoint; Internet)

Общ професионален опит:

- поне 10 години професионален опит в областта на създаване и провеждане на цялостни рекламни и комуникационни кампании, управление и планиране на рекламни бюджети, от които поне 4 години опит на управленска позиция.

Специфичен професионален опит:

- опит като ръководител на поне една информационна/комуникационна кампания с национален обхват и включваща ползването на разнообразни медийни канали, с бюджет не по-малко от 235 000 лв.;



За доказване на съответствие с посочените изисквания за предложения ръководител на екипа трябва да бъдат представени:

- професионална автобиография;
- копие от диплома за висше образование;
- документи, удостоверяващи професионалния му опит – копие от трудови или граждански договори, копие от трудова/осигурителна книжка, сертификати, референции и други подобни;
- списък на осъществени под негово ръководство национални кампании, като за всяка една от тях се описва подробно предмета на съответната кампания, дати на започване и приключване на дейността по договора, и стойност. Списъкът се придружава от копие от съответните договори между възложителя и изпълнителя по посочените кампании. Участието на лицето, предложено за ръководител в посочените кампании, се доказва чрез копие от индивидуален договор със съответния изпълнител и/или референция от последния за участието на лицето в съответната кампания.

Експерт по аудиовизуални изкуства

Този експерт следва да отговаря на следните изисквания:

Квалификации и умения:

- висше образование в областта на медиите, изкуствата, хуманитарни специалности или друга специалност, отнасяща се към спецификата на настоящата поръчка;
- много добри организационни и координационни умения;
- отлични компютърни умения (Word, Excel, PowerPoint; Internet)

Общ професионален опит:

- поне 10 години професионален опит в областта на създаване филми, рекламни клипове, участие в рекламни и комуникационни кампании.

Специфичен професионален опит:

- опит в създаването на филми и клипове, предназначени за информационни/комуникационни кампании;

За доказване на съответствие с посочените изисквания за предложения като експерт по аудиовизуални средства трябва да бъдат представени:

- професионална автобиография;
- копие от диплома за висше образование;
- документи, удостоверяващи професионалния му опит – копие от трудови или граждански договори, копие от трудова/осигурителна книжка, сертификати, референции и други подобни;



- списък на реализираните от него или участията му в реализиране на филми и клипове, предназначени за национални кампании, като за всеки от тях се посочва заглавие, продължителност, кампанията за която е бил предназначен.. Списъкът се придружава от копие от съответните договори между възложителя и изпълнителя по изработването на посочените филми и клипове. Участието на лицето, предложено за експерт по аудиовизуални изкуства, се доказва чрез копие от индивидуален договор със съответния възложител и/или референция от последния за участието на лицето при изработването на филма или клипа.

Експерт по PR и организация на събития

Този експерт следва да отговаря на следните изисквания:

Квалификации и умения:

- висше образование в областта на медиите, връзки с обществеността, хуманитарни специалности или друга специалност, отнасяща се към спецификата на настоящата поръчка;
- много добри организационни и координационни умения.

Общ професионален опит:

- поне 10 години професионален опит в области като PR и организиране на масови прояви с различни групи население, участие в рекламни и комуникационни кампании.

Специфичен професионален опит:

- опит в организиране на PR акции и масови събития – следва да е участвал в ръководенето на поне 2 национални PR акции/масови събития/рекламни кампании през последните 3 години (2007, 2008 и 2009 г.)

За доказване на съответствие с посочените изисквания за предложения като експерт по PR и организация на събития трябва да бъдат представени:

- професионална автобиография;
- копие от диплома за висше образование;
- документи, удостоверяващи професионалния му опит – копие от трудови или граждански договори, копие от трудова/осигурителна книжка, сертификати, референции и други подобни;
- списък на реализираните с негово участие и под негово ръководство PR акции, масови събития и/или рекламни кампании, като за всяко от тях се описва видът на събитието, кампанията, за която е било предназначено. Списъкът се придружава от копие от съответните договори между възложителя и изпълнителя по реализирането на събитието. Участието на лицето, предложено за експерт по PR акции и масови събития, се доказва чрез копие от индивидуален договор със съответния възложител и/или референция от последния за участието на лицето в такива събития.



Експерт по защита правата на потребителите

Този експерт следва да отговаря на следните изисквания:

Квалификации и умения:

- висше образование в областта на икономиката, бизнес администрацията, правото, политическите науки, хуманитарни специалности или друга подходяща специалност;
- много добри организационни и координационни умения.

Общ професионален опит:

- поне 10 години професионален опит в областта на защита правата на потребителите;

Специфичен професионален опит:

- опит в изпълнението на проекти или кампании за защита на правата на потребителите в областта на общественото здраве.

За доказване на съответствие с посочените изисквания за предложения като експерт по защита правата на потребителите трябва да бъдат представени:

- професионална автобиография;
- копие от диплома за висше образование;
- документи, удостоверяващи професионалния му опит – копие от трудови или граждански договори, копие от трудова/осигурителна книжка, сертификати, референции и други подобни;
- списък на реализираните с негово участие и/или под негово ръководство проекти или кампании за защита на правата на потребителите в областта на общественото здраве. Списъкът се придружава от копие от съответните договори между възложителя и изпълнителя по реализирането на даден проект или кампания. Участието на лицето, предложено за експерт по защита правата на потребителите, се доказва чрез копие от индивидуален договор със съответния възложител и/или референция от последния за участието на лицето в такива проекти или кампании.

Експерт – професионалист по материята в обхвата на съответната кампания, за която се кандидатства.

Този експерт следва да отговаря на следните изисквания:

Квалификации и умения:

- висше образование в областите: „Медицина” или „Психология” или други хуманитарни специалности;



- придобита специалност по една от следните специалности: „Хранене и диететика”, „Трудова медицина”, „Вътрешни болести”, „Кардиология”, „Хирургия”, „Ортопедия и травматология”, „Токсикология”, „Обща медицина”, „Спешна медицина”, „Клинична психология”, „Организация и управление на здравеопазването”.

Общ професионален опит:

- най-малко 10 години професионален опит.

Специфичен професионален опит:

- участия в дейности в областта на общественото здравеопазване, в реализация на кампании.

За доказване на съответствие с посочените изисквания за предложения като експерт - професионалист трябва да бъдат представени:

- професионална автобиография;
- копие от диплома за висше образование;
- копие от дипломата за придобита специалност;
- документи, удостоверяващи професионалния му опит – копие от трудови или граждански договори, копие от трудова/осигурителна книжка, сертификати, референции и други подобни.

9.2. Изисквания за икономическо и финансово състояние

Участникът, вкл. под-изпълнителите му, ако има такива, следва да докаже оборот (нетни приходи от продажби) за последните три години (2007 г., 2008 г. и 2009 г.) в размер не по-малък от 3 100 000 лева в случай, че кандидатства за всички обособени позиции.

Ако участникът кандидатства за по-малък брой обособени позиции, то оборотът му трябва да бъде не по-малък от сбора от прогнозните стойности на обособените позиции за последните три години общо (2007 г., 2008 г. и 2009 г.), за които кандидатства .

Участникът следва да докаже, че е изпълнил през последните три години (2007 г., 2008 г. и 2009 г.) поне една сходна кампания на стойност не по-малко от 235 000 лева.

Участникът следва да докаже, че през последните три години (2007 г., 2008 г. и 2009 г.) има приходи от сходни кампании на стойност не по-малко от 235 000 лева за всяка обособена позиция, за която участва. (Например, ако участва за 3 обособени позиции - трябва да покаже приходи от сходни кампании на стойност не по-малко от 235 000 лева x 3, т.е. 705 000 лева).

В случай на обединение, изискването се отнася за обединението като цяло. За целта участниците представят към офертата си копие от счетоводните баланси и отчетите за приходите и разходите за всяка от посочените три години.

В случай на участници, които са създадени през последните три години, изискването се прилага по отношение на приключените от тях финансови години, като е необходимо да е налице поне една приключена финансова година.



9.3. Изисквания към организацията и методологията на работа

В офертата на участника следва да се съдържа концепция проект на комуникационна стратегия/план за имиджова рекламно-информационна кампания с подробно описание на дейностите по цялостното провеждане на кампанията (Художествен проект) - създаване на художественото оформление на общата креативна концепция на кампанията; създаване на художественото оформление на идентичност на всяка една от шест здравно информационни кампанията - лого, слоган; създаване на художественото оформление на информационните материали - разработване на идейни проекти за визия на информационни материали, включително концепция за сценарий за всеки от филмите, посочени в техническата спецификация на съответната обособена позиция.

Организацията и методологията на работата по цялостното провеждане на кампанията трябва да включва:

9.3.1. Обосновка на участника:

- а) да демонстрира степента на разбиране на възлаганата поръчка;
- б) да изрази мнението си относно ключовите моменти, свързани с изпълнението на поръчката и очакваните резултати, вкл. специфични медийни канали и подходи за най-адекватно адресиране на посланията на кампанията към специфичните целеви групи;
- в) да представи своето тълкуване на рисковете, свързани с изпълнението на поръчката, и начините за намаляване на влиянието им.

9.3.2. Стратегия:

9.3.2.1. Медия план подробно отразяващ разпространението на всички посочени в документацията рекламни канали, разположени във времето и график за изпълнение на дейностите описание на предложената визия за реализация на кампанията, в т.ч.:

а) организация на провежданата кампания, вкл. синхронизиране на дейностите по различните медийни канали и предвиждане на допълнителни канали и възможности за разпространение на аудио-визуалните материали извън посочените в техническата оферта медии;

б) концепция за сценарий за всеки от филмите, посочени в техническата спецификация на съответната обособена позиция.

9.3.2.2. технически и човешки ресурси, които възнамерява да вложи при изпълнението на тези дейности.

9.3.3. График на дейностите - времетраене, последователност и синхрон на предложените дейности, съобразно спецификата и обхвата на съответната кампания за всяка от обособените позиции.

10. ПРАВА НА ИНТЕЛЕКТУАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ



10.1 Всички представени в техническата оферта/и на Участника/те, избран за изпълнител на всяка една от шестте кампании, дейности и прилежащите към тях форми и съдържание и свързаните с това данни и създадени документи, изработени и разпространени по съответните канали според спецификата на всяка една от шестте кампании в процеса на изпълнение на договора са абсолютна собственост на Възложителя – Министерство на здравеопазването (МЗ).

10.2 Изпълнителят/те при приключване на всяка дейност от Обществената поръчка, както и при завършване на договора трябва да предаде посоченото в т. 10.1 на Възложителя и да не използва копията, които запазва за себе си за цели, които не са свързани с договора без предварително писмено съгласие на Възложителя.

10.3 Изпълнителят няма право да изнася публично рекламни форми, материали и съдържание, свързани с извършените в изпълнение на договора дейности или да реферира към тях, когато представя услуги на трети лица или да разпространява информация получена от Възложителя без предварителното му писмено съгласие.

10.4 Всякакви резултати и права, включително авторско право и други права на интелектуалната собственост, получени в изпълнение на договора са абсолютна собственост на Възложителя. Последният може да ги използва или прехвърля, както счете за уместно, без географско или друго ограничение.

11. ЕТИЧНИ КЛАУЗИ

11.1 Всеки опит на участник да се сдобие с поверителна информация, да сключи незаконно споразумение с конкуренти или да окаже влияние върху Комисията или Възложителя по време на процеса на разглеждане, изясняване и оценка на офертите може да доведе до отстраняване на участника от процедурата или до административни наказания.

11.2 Изпълнителят трябва да действа във всеки един момент професионално, безпристрастно и в съответствие с кодекса за етично поведение на професията си. Той трябва да се въздържа от всякакви публични изявления във връзка с обществената поръчка, проекта като цяло или услугите, направени без предварителното одобрение на Възложителя. Той не може да ангажира Възложителя с дейност, без предварителното писмено съгласие на последния.

11.3 За периода на изпълнение на договора, Изпълнителят и неговият персонал трябва да спазват човешките права и да поемат задължението да не нарушават политическите, културни и религиозни практики на Република България.

11.4 Изпълнителят не може да приема други плащания във връзка с договора, освен тези, описани в самия договор.

11.5 Изпълнителят и неговите служители не трябва да упражняват каквато и да било дейност или да получават облага, която е в разрез с техните задължения към Възложителя.



11.6 Изпълнителят и неговите служители са задължени да запазят професионална тайна за целия срок на договора, както и след неговото завършване.

11.7 Всички доклади и документи, изготвени или получени от изпълнителя, са конфиденциални.

11.8 Договорът определя как страните ползват всички доклади и документи, изготвени, получени или представени от тях по време на изпълнението на договора.

11.9 Изпълнителят ще се въздържа от всички взаимоотношения, които могат да компрометират неговата независимост или независимостта на служителите му.

11.10 Ако изпълнителят престане да бъде независим, Възложителят може, и без това да води до щети, да прекрати договора без предизвестие и без да дава право за завеждане на иски за компенсация от страна на Изпълнителя.