



1000111704140

ikt. szám: FPH036 /205 - 14 /2021

Jegyzőkönyv

amely készült „**Zöld kampánykommunikációs feladatok ellátása**” tárgyban
Budapest Főváros Önkormányzata és
a RELATIV Reklámügynökség Kommunikációs és Szolgáltató Kft. között tartott előzetes piaci
konzultáción

Budapest

2021

JEGYZŐKÖNYV

amely készült 2021. július 20-án, 10:00 órai kezdettel a „**Zöld kampánykommunikációs feladatok ellátása**” tárgyban Budapest Főváros Önkormányzata, mint Ajánlatkérő által a RELATIV Reklámügynökség Kommunikációs és Szolgáltató Kft. részvételével tartott előzetes piaci konzultációról.

Helyszín: Budapest Főváros Főpolgármesteri Hivatal 1052 Budapest, Városház utca 9-11., Bank épület II. emelet 208.

A RELATIV Reklámügynökség kommunikációs és Szolgáltató Kft. részéről jelen vannak: a kitöltött „*Jelenléti ív*” szerint.

Ajánlatkérő képviselőjében a következő személyek vannak jelen:

A Közbeszerzési és Projektmenedzsment Főosztály részéről:

- dr. Kittka Dalma főosztályvezető;
- dr. Kovács Tímea osztályvezető;
- Kocsis István osztályvezető;
- dr. Fehér Hajnalka jogi és közbeszerzési referens;
- Bálint Patrik Adrián közbeszerzési referens.

A Klíma- és Környezetügyi Főosztály részéről:

- Ámon Ada főosztályvezető;
- Fülöp Orsolya fenntartható városok szakreferens.

I. Előzmények és a jogszabályi környezet ismertetése

Budapest Főváros Önkormányzata (1052 Budapest, Városház utca 9-11.), mint Ajánlatkérő „**Zöld kampánykommunikációs feladatok ellátása**” tárgyban a közeljövőben közbeszerzési eljárást tervez indítani.

A közbeszerzésekről szóló 2015. évi CXLI. törvény (a továbbiakban: Kbt.) 28. § (4) bekezdése alapján a közbeszerzési eljárás megindítása előtt az ajánlatkérő független szakértőkkel, hatóságokkal, illetve piaci résztvevőkkel előzetes piaci konzultációkat folytathat a közbeszerzési eljárás előkészítése, valamint a gazdasági szereplők - tervezett beszerzésre és annak követelményeire vonatkozó - tájékoztatása érdekében. Az ajánlatkérő köteles minden szükséges intézkedést - különösen a releváns információk közzétételét a közbeszerzési dokumentumokban, valamint a megfelelő ajánlattételi határidő meghatározását - megtenni a verseny tisztaságára, a gazdasági szereplők esélyegyenlőségére és egyenlő elbánására vonatkozó alapelvek érvényesülése érdekében.

Ajánlatkérő a Kbt. 28. § (4) bekezdése alapján előzetes piaci konzultáció tartása mellett döntött. A konzultációra szóló meghívó 2021. július 15-én került kiküldésre a gazdasági szereplők számára, valamint Ajánlatkérő honlapján a <https://budapest.hu/Lapok/2021/meghivo-elozetes-piaci-konzultaciora.aspx> címen is közzétette. A gazdasági szereplők a meghívó kiküldésével egyidejűleg megkapták a műszaki leírás tervezetét és a részletező ártáblázat tervezetét is, melyek a fent megjelölt honlapon is közzétételre kerültek.

A gazdasági szereplők - a kiadott műszaki tartalom és a konzultáción elhangzottak figyelembevételével, a becslött érték megállapítása céljából - egy indikatív, tájékoztató jellegű ajánlat benyújtására kerültek felkérésre a meghívóban.

Ezen indikatív ajánlat benyújtása nem eredményez sem ajánlati kötöttséget, sem a későbbiekre nézve ajánlattételi kötelezettséget. Az indikatív ajánlatkérés célja a piac felmérése, valamint a Kbt. 28. § (2) bekezdésének a) pontja alapján a lefolytatni tervezett közbeszerzési eljárás becslött értékének megállapítása.

Az előzetes piaci konzultáción való részvétel és az indikatív ajánlat benyújtása nem minősül a közbeszerzési eljárás előkészítésében való részvételnek, továbbá nem eredményezi a verseny tisztaságának sérelmét és a résztvevő szervezetek/személyek tekintetében nem keletkeztet összeférhetetlenséget.

A konzultációról készült jegyzőkönyv – figyelemmel a Kbt. alapelveire - Ajánlatkérő honlapján térítésmentesen és nyilvánosan közzétételre kerül.

II. A konzultáció tárgya és célja

A 2021 márciusában elfogadott Budapesti Klímastratégia és Fenntartható Energia és Klíma Akciótervben a Főváros meghatározta azokat a lépéseket, amelyeket a következő évtizedben meg kell tenni annak érdekében, hogy a káros kibocsátásokat érdemben csökkenteni lehessen Budapesten, és mérsékelni lehessen a klímaváltozás már elkerülhetetlenül jelentkező hatásait. Budapest Főváros Önkormányzata az üvegházhatású gázok legalább 40 százalékos csökkentését tűzte ki célul 2030-ig.

Emellett cél, hogy az éghajlatváltozás elkerülhetetlenül jelentkező hatásaira felkészüljön a város, és jobban alkalmazkodjon ezekhez.

A kommunikációs kampány célja Budapest Főváros Önkormányzata klíma- és környezetvédelemmel kapcsolatos tevékenységeinek népszerűsítése, megismertetése, olyan új kampányakciók megtervezése, amely a fővárosi környezeti és klímás célokhoz és hatásköréhez illeszkednek, valamint a lakosok mobilizálása, bevonása ezen tevékenységekbe, illetve általános ismeretterjesztés budapesti klímás, környezeti problémákról.

A közeljövőben megindítandó közbeszerzési eljárásban nyertes ajánlattevő feladata a Budapest Főváros Önkormányzata klímaügyi céljához igazodó kampánykommunikációs feladatainak ellátása, az erre vonatkozó kreatív stratégia elkészítése, illetve a megvalósításhoz szükséges kreatív tervezés, gyártás és lebonyolítás lesz.

Az előzetes piaci konzultáció célja a résztvevő gazdasági szereplők előzetes tájékoztatása a megindítani tervezett közbeszerzés kapcsán a műszaki leírás tervezett tartalmáról, a beszerzés céljairól és körülményeiről, az ajánlatkérői elvárások ismertetése a beszerzés előkészítése, a piaci lehetőségek felmérése, valamint a becsült érték megállapítása.

Ajánlatkérő különösen (de nem kizárólagosan) a műszaki leírás követelményeiről, a beszerzési igény műszaki megvalósíthatóságának módjáról kíván konzultálni.

III. Konzultáció a műszaki leírásról és a részletező ártáblázatról

Gazdasági Szereplő (GSZ) kérdése: A kommunikáció és a szemléletformálás meghatározott célcsoportra vonatkozik? A célcsoportot gazdasági szereplőnek kell meghatározni? A stratégia megalkotása, a célcsoport kijelölése, az egész tervezési folyamat kooperatívan kell, hogy történjen gazdasági szereplő és ajánlatkérő között.

Ajánlatkérő (AK) válasza: Ajánlatkérő – megfelelő szakértelem hiányában – nem határozza meg a célcsoportokat, az a közbeszerzési eljárásban nyertes ajánlattevő feladata lesz a stratégiaalkotással (és annak fizikai megvalósításával) együtt azzal, hogy ezek meghatározása és megalkotása folyamán egyeztetni és véleményeztetni kell majd Ajánlatkérővel, a folyamat Ajánlatkérővel közösen zajlik majd.

GSZ észrevételei, kérdései:

- Elsősorban a lakosságot kell megszólítani?
Az előre nem ismert, nem ütemezhető mennyiséggel és időtartammal megvalósítandó egyedi megrendelések vonatkozásában a rendelkezésre állás alatt Ajánlatkérő mit ért? A rendelkezésre állás megoldható, de szükséges lenne tisztázni annak pontos kereteit, paramétereit (Milyen munkák tekintetében, milyen időszámban? stb.).
- A szerződés nyílt végű, határozatlan idejű? (Árazás szempontjából nem mindegy, milyen időszakra kell elkészíteni a stratégiát.)
- Nyomtatott sajtó miért szükséges? Átgondolandó a kivétele, de ez függ a célcsoportoktól is.
- Ajánlatkérő mit ért videómix alatt?

- Gazdasági szereplő véleménye szerint animált videó készítése nem feltétlen szükséges, kevésbé bír meggyőző erővel, kevésbé élétszagú, az érzelmekre nincs akkora hatása, mint egy élőszereplős videónak. Ez úgy értendő, ha nincs érzelmre hangolva, megkomponálva a mondanivaló, mert ha pl. felkérjük ha David Attenborough-t, hogy magyarul mondja fel az animációt, hogy mire figyeljenek a budapestiek, akkor minden bizonnyal nagyon sokan figyelnének az animációra is. A gyártási feladatok költsége eltérő attól függően pl. hogy milyen hosszú, hány szereplős, milyen helyszíneken készítik, milyen formátumú, és hol teszik közzé. Javasolt pontosítani a kiírást. Árazásuk inkább perc vagy másodperc alapú, és érdemesebb sávós módon beáraztatni.
- Videók/reklámok készítésénél is érdemes elválasztani a kreatív tervezést és a gyártást feladatmeghatározás és árazás szempontjából is.
- A stratégia és a megvalósítás/gyártás elméleti síkon, szakmailag különválasztható, azonban a gyakorlatban szülhet problémát, hiszen ha a gyártást más végzi el, mint aki a stratégiát tervezte, akkor a megvalósítás nem feltétlenül azt a célt éri el, mint amit a tervező elgondolt, illetve a gyártás folyamán kifogások, észrevételek érkezhetnek a megvalósítást végző cégtől.
- A gyártás beárazása csak konkrét forgatókönyvvel lehetséges.
- A még meg sem tervezett anyagot gyakorlatilag lehetetlenség reálisan beárazni.
- Facebook hirdetések közzétételekor problémás lehet a fizetés módja, hiszen ahhoz dombornyomott bankkártyára van szükség. Kérdés, hogy ajánlatkérő rendelkezik-e ilyennel?
- A médiaszakemberek díját érdemes beemlíteni az ártáblázatba.
- A célcsoportok meghatározóak az árképzés tekintetében, minél tágabb a célcsoport, várhatóan annál nagyobb annak az elérési költsége.
- A kiadott ártáblázat beárazása stratégia nélkül nem feltétlenül lesz mérvadó, csak körülbelüli (től-ig) összegeket tudnak kalkulálni.
- A rendezvényszervezés esetében szükséges részletezni, hogy milyen rendezvény tervez ajánlatkérő? Rendezvény a rendezvényben, máshoz kapcsolódva pl. fesztiválon kitelepülés, vagy különálló rendezvény szervezése a feladat.
- Nyomdai költségek is csak pontosabb információk ismeretében adhatók meg reálisan. Nem mindegy milyen kategóriás a plakát (A-tól D-ig, A kategória a csúcs, a D kategóriás kevés embert ér el.)
- Az ügynökségi díjakat is érdemes beemlíteni, mint tétel, de magát a konkrét ötletet is ismerni kell a reális árazáshoz.
- Az ügynökségi jutalék törvényileg meghatározott 15%.

AK válaszai:

- Természetesen szoros együttműködésben kívánjuk megvalósítani a feladatot.
- A rendelkezésre állás tárgya pontosításra fog kerülni, de alapvetően rendkívüli eseményekre való reagálás esetén merülhet fel (pl. villámárvizek kialakulásakor).
- A szerződés 2022. december 31-ig tart a tervek szerint.
- A nyomtatott sajtóban történő megjelenítés a teljesség igényével került be, de a beérkezett észrevételek függvényében ajánlatkérő átgondolja annak szerepeltetését.
- A videómix alatt animált videó és élőszereplős/beszélőfejes videók keverését érti ajánlatkérő.
- A további észrevételek alaposabb átgondolást igényelnek ajánlatkérői oldalon.

Ajánlatkérő a konzultáció végén megköszöni gazdasági szereplő részvételét az előzetes piaci konzultáción.

Ajánlatkérő továbbra is fenntartja magának a jogot, hogy a szükség esetén újabb konzultációs forduló(ka)t tartson. Az újabb konzultációs forduló(k) megtartásáról az Ajánlatkérő egyrészt a részvételi szándékukat jelző gazdasági szereplőket közvetlenül értesíteni fogja, másrészt az esetleges újabb fordul(ók)ról a honlapján közleményt fog közzétenni.

A konzultáció befejezésének időpontja: 11 óra 00 perc

K.m.f.

A jegyzőkönyv hiteléül:



Bálint Patrik Adrián

Közbeszerzési és Projektmenedzsment Főosztály

melléletek:

1. PowerPoint előadás az előzetes piaci konzultáció szabályairól

JELENLÉTI ÍV

amely készült a Budapest Főváros Önkormányzata által kezdeményezett „Zöld kampánykommunikációs feladatok ellátása” tárgyú közbeszerzési eljárásban

2021. július 20-án 10:00 órai kezdettel

Helyszín: Budapest Főváros Főpolgármesteri Hivatal 1052 Budapest, Városház utca 9-11., Bank épület II. emelet 208.

Név	FPH belső szervezeti egység/Gazdasági Szereplő neve, címe		Alíráás
TÁLLÓTI PATRIK ADRJAN	KÖRNYELT ÉS PROJEKT FEZ.	[REDACTED]	[Signature]
PI. FETEL HNTJALAN	Környezeti és projekt főv.	[REDACTED]	[Signature]
Kocsis István	- - -	[REDACTED]	[Signature]
ÁRNY ADÁ	Klíma & Energiaközvetítő	[REDACTED]	[Signature]
FÜZÖP ORSOLYA	KÜHA- ÉS KÖRNYEZETÜNYI FŐSZÁLLY	[REDACTED]	[Signature]
ADDONOR ZSOLTA	Relatív Relatívirokéség	[REDACTED]	[Signature]
CALFINORBERT	- - -	[REDACTED]	[Signature]
Kovács Tímea	BFO FPH Közben & Pm. Fez.	[REDACTED]	[Signature]
KITTKA IACUA	- - -	[REDACTED]	[Signature]

