

T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
2012 YILI YURTDIŞI REKLAM KAMPANYASINA İLİŞKİN
İDARİ ŞARTNAME

I-YASAL DAYANAK

Bu uygulama, 04.11.2004 tarihli ve 25633 sayılı Resmi Gazete ile yürürlüğe giren “İdarelerin Yabancı Ülkelerdeki Kuruluşlarının Mal ve Hizmet Alımları ile Yapım İşlerine İlişkin Esaslar” çerçevesinde yapılmaktadır.

II-TANIMLAR VE KISALTMALAR

Bu şartname ve eklerinde yer alan,

Bakanlık: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Yurtdışı Temsilcilik: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının yurtdışı temsilcilikleri olan Kültür ve Tanıtma Müşavirlik ve Ataşeliklerini

İhale Dokümanı: İdari Şartname, Teknik Şartname, İletişim ve Pazarlama Stratejisi, Hedef Pazar Grupları ve Bütçe Dağılım Tablosu, Pazar Raporları, Kimlik Bilgileri Formu, Hedef Pazarlarda Türkiye İmajı ve Seyahat Memnuniyeti Raporunu

İstekli: Bu İhale Dosyasına uygun teklif veren gerçek veya tüzel kişileri veya bunların oluşturduğu iş ortaklıklarını

Teklif Dosyası: İhaleye katılan istekli tarafından, şartnamede belirtilen ihalenin yapılacağı yere gönderilecek olan ve bir dış zarf ile içinde bulunan 3 ayrı zarftan oluşan dosyayı

8 haneli kod numarası: İstekli tarafından belirlenen harf ve/veya rakamlardan oluşan, teklif dosyası ve içinde yer alan 3 zarfın üzerine ve ayrıca ilgili tüm materyallerin üzerine yazılacak olan kodu

İfade eder.

T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Tanıtma Genel Müdürlüğü

III- İHALE KONUSU İŞİN TANIMI, KAPSAMI, TEKLİF VERMEYE İLİŞKİN HUSUSLAR

Madde 1- İşin Tanımı

1.1. Bakanlıkça belirlenmiş ve ihale dokümanında yer alan Hedef Pazar Grupları ve Bütçe Dağılım Tablosu ve İletişim ve Pazarlama Stratejilerine uygun olarak hedef pazarlarda Türkiye'nin yurtdışı reklam kampanyalarının hazırlanması ve yürütülmesi işidir.

İstekliler tarafından verilecek tekliflerde esas alınacak hedef pazar grupları ve söz konusu gruplar için tahmini bütçe miktarları ihale dokümanında yer alan Hedef Pazar Grupları ve Bütçe Dağılım Tablosunda yer almaktadır. İstekliler bu pazar gruplarından biri, birden fazlası veya tümünü kapsayacak şekilde teklif verilebilecektir.

Hedef pazar grupları şunlardır:

I. GRUP: AMERİKA
ABD (Kanada, Meksika)

II. GRUP: ORTA VE GÜNEY AVRUPA
Almanya, Hollanda, Polonya, İsviçre, Avusturya (Çek Cum., Macaristan, Slovakya), İtalya (Malta), İspanya (Portekiz, Şili, Brezilya, Arjantin), Fransa (Monako, Fas, Tunus, Cezayir), Belçika (Lüksemburg)

III. GRUP: KUZEY AVRUPA
Birleşik Krallık (İrlanda, İzlanda, Güney Afrika), İsveç (Norveç), Danimarka, Finlandiya (Estonya, Litvanya, Letonya),

IV. GRUP: DOĞU AVRUPA, BALKANLAR VE TÜRK CUMHURİYETLERİ

Rusya (Belarus), Ukrayna (Moldova), Kazakistan (Azerbaycan, Gürcistan, Özbekistan, Kırgızistan, Türkmenistan, Tacikistan), Bulgaristan (Romanya, Yunanistan), Makedonya (Arnavutluk, Kosova), Bosna Hersek, Sırbistan (Hırvatistan, Slovenya, Karadağ)



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Tanıtma Genel Müdürlüğü

V. GRUP: ORTA DOĞU- KUZEYAFRİKA

B.A.E. (Bahreyn, Kuveyt, Katar), Pakistan, S.Arabistan (Umman, Yemen), Mısır, İran, Suriye (Ürdün, Lübnan, Irak)
İsrail (Orta Doğu pazarında yer alan İsrail pazarı için farklılık göstermesi nedeniyle ayrı bir çalışma sunulacaktır)

VI. GRUP: UZAK DOĞU-HİNDİSTAN

Çin, Japonya (Güney Kore), Malezya (Singapur, Tayland, Endonezya, Brunei, Avustralya, Yeni Zelanda) ve Hindistan

1.2. Sözleşmeler söz konusu tabloda yer alan bütçe rakamlarına göre işveren kuruluş olan ve aşağıdaki listede yıldız (*) ile belirtilen yurtdışı temsilcilikler tarafından imzalanacaktır.

Yurtdışı temsilcilikler şunlardır;

- *1- Frankfurt Kültür Ataşeliği,
- *2- Berlin Kültür Müşavirliği,
- *3- Moskova Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *4- Londra Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *5- Paris Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *6- New York Kültür ve Tanıtma Ataşeliği
- *7- Washington Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *8- Los Angeles Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *9- Lahey Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *10- Varşova Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *11- Zürih Kültür ve Tanıtma Ataşeliği
- *12- Viyana Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *13- Kiev Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *14- Stockholm Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *15- Kopenhag Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *16- Helsinki Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *17- Brüksel Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *18- Roma Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *19- Madrid Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *20- Saray Bosna Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *21- Üsküp Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *22- Almatı Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *23- Aşkabad Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *24- Bakü Kültür ve Tanıtma Müşavirliği



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Tanıtma Genel Müdürlüğü

- *25-Bişkek Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *26-Duşanbe Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *27- Kahire Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *28- Kuala Lumpur Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *29- Şam Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *30- Taşkent Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *31- Dubai Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *32- Pekin Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *33- Tahran Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *34- Tel Aviv Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *35- Tokyo Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *36- Belgrad Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *37- Riyad Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *38- Sofya Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- *39- Yeni Delhi Kültür ve Tanıtma Müşavirliği
- 40- İslamabad Kültür ve Tanıtma Müşavirliği

1.3. 2012 yılı içinde ek reklam kampanyası yapılması ihtiyacı doğması halinde, 04.11.2004 tarih ve 25633 sayılı Resmi Gazete ile yürürlüğe giren “İdarelerin Yabancı Ülkelerdeki Kuruluşlarının Mal ve Hizmet Alımları ile Yapım İşlerine İlişkin Esaslar” çerçevesinde Müşavirlik/Ataşeliklere tahsis edilen ek bütçeler dahilinde hizmet alınabilecektir.

Madde 2- İşin Kapsamı

2.1. Bakanlıkça belirlenmiş ve ihale dokümanında sunulan “İletişim ve Pazarlama Stratejileri”ne bağlı olarak önerilen yaratıcı çalışmalarda, Bakanlıkça belirlenmiş hedef pazar grubu/grupları esas alınmalıdır. İstekliler bu pazar gruplarından biri, birden fazlası veya tümünü kapsayacak şekilde teklif verebilecektir.

2.2. İsteklilerin sunacakları yaratıcı çalışmalarda teklif verecekleri ülkelerin Pazar şartlarını göz önünde bulundurmaları beklenmektedir.

2.3. İsteklilerin teklif dosyalarında sunacakları yaratıcı çalışmalarda “deniz, kum, güneş”in yanında özellikle **kültür (UNESCO Dünya Miras Listesi, antik kentler, güncel kültürel etkinlikler, müzeler vb.), şehir, sağlık, inanç, spor, golf, kongre, kış, gençlik, alışveriş, gastronomi vb.** Türkiye turizm ürününün çeşitliliğinin vurgulanması ve yaratıcı çalışmaların bu çeşitliliğe uyartılabilecek şekilde tasarlanması beklenmektedir.



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Tanıtma Genel Müdürlüğü

Madde 3- Teklif Vermeye İlişkin Hususlar

3.1. İhaleye ilişkin bilgiler ile ihale ve son teklif verme tarih ve saati

Tekliflerin sunulacağı adres: Roma Kültür ve Tanıtma Müşavirliği

Teklif dosyalarının en geç **29 Eylül 2011 tarihinde mesai saati bitimine kadar** üç ayrı zarfı içeren bir dosya/paket halinde (madde 7 ve 8), Roma Kültür ve Tanıtma Müşavirliği, Ambasciata Di Turchia Ufficio Cultura E Informazioni Piazza della Repubblica, 55-56 00185 Roma / ITALIA adresine ulaşacak şekilde **elden veya özel ulak yoluyla teslim edilecektir.**

Roma Kültür ve Tanıtma Müşavirliğine **29 Eylül 2011** tarihi mesai saati bitiminden sonra teslim edilen teklifler değerlendirmeye alınmayacaktır.

Madde 4- İhale Dokümanının Kapsamı ve Temini

4.1. İhale dokümanı aşağıdaki belgelerden oluşmaktadır:

- 1) İdari Şartname
- 2) Teknik Şartname
- 3) İletişim ve Pazarlama Stratejisi
- 4) Hedef Pazar Grupları ve Bütçe Dağılım Tablosu
- 5) Kimlik Bilgileri Formu
- 6) Pazar Raporları
- 7) Hedef Pazarlarda Türkiye İmajı ve Seyahat Memnuniyeti Raporu

4.2. İhale dokümanı www.kultur.gov.tr adresinden ve Bakanlığın yurtdışı temsilciliklerinden Türkçe ve İngilizce dillerinde bedelsiz olarak temin edilebilir.

4.3. İhale dokümanının içeriği istekli tarafından dikkatli bir şekilde incelenmelidir. Teklifin verilmesine ilişkin şartların yerine getirilmemesinden kaynaklanan sorumluluk teklif verene aittir. İhale dokümanında öngörülen kriterlere ve şekil şartlarına uygun olmayan teklifler değerlendirmeye alınmaz.



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Tanıtma Genel Müdürlüğü

IV- İHALEYE KATILMAYA İLİŞKİN HUSUSLAR ve TEKLİF DOSYALARININ HAZIRLANMASI

Madde 5- Gerekli Belgeler

5.1. Başvuru sahibi isteklinin başvuru tarihi itibarıyla ortaklık yapısını, ticaret merkezini, ticaret sicili ve vergi kimlik numaralarını gösteren resmi belge ile ihale tarihinde geçerli imza sirküleri (yabancı dilde olması halinde tercümesi ile birlikte).

5.2. Konsorsiyum/Ortaklık olarak teklif verilmesi durumunda her ortak için verilecek yukarıdaki belgelere ek olarak ortaklık sözleşmesi ile ortaklığı temsile yetkili kişi ya da kişilere ilişkin imza sirküleri (yabancı dilde olması halinde tercümesi ile birlikte).

5.3. Yukarıda belirtilen söz konusu belgeler **sadece 2. Zarfta yer almalıdır (şartnamenin madde 8.2. de detayları verilmiştir).**

Madde 6-Yeterlik Kriterleri

6.1. İhaleye yurtdışında yerleşik istekliler veya iş ortaklığı ya da konsorsiyum oluşturmak koşuluyla yurtiçinde yerleşik istekliler başvurabilir. (İş ortaklığı ya da konsorsiyum kurulması halinde isteklilerin içinde yer alacağı yeni bir tüzel kişilik oluşturulabilecektir).

6.2. Tekil veya konsorsiyum katılımında, ayrı ayrı her katılımcının en az 5 yıldır reklam faaliyeti yürütüyor olması gerekmektedir.

6.3. Başvuruda bulunacak tekil isteklilerin son üç yıllık (2008, 2009, 2010) ortalama cirosunun en az 12 milyon ABD doları olması gerekmektedir.

6.4. Konsorsiyum olarak başvuracakların ortalama cirolarının toplamının asgari 18 milyon ABD doları olması gerekmektedir.

6.5. 2010 yılı cirosunu belgeleyemeyecek istekliler bu durumun gerekçelerini yazılı olarak bildirecek, bu gerekçenin komisyon üyeleri tarafından kabulü halinde ise son üç yıllık ortalama ciro hesabında 2007, 2008 ve 2009 yıllarının ortalaması esas alınacaktır.



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Tanıtma Genel Müdürlüğü

6.6. Bakanlıkça belirlenen 6 pazar grubu için tek/global teklif verecek isteklilerin uluslararası ağı bulunması, çok-disiplinli/bütünsel hizmet sunabilmesi gerekmektedir.

6.7. Yukarıdaki bilgilerin **sadece** şartnamenin madde 8.2.de detayları verilen 2. Zarf: “İstekliye Ait Bilgiler “ de yer alması gerekmektedir.

Madde 7- Teklif Dosyalarının Hazırlanması

7.1. Teklifler, ihale dokümanı göz önünde bulundurularak hazırlanacaktır.

7.2. Teklifler, ihale dokümanının tamamen okunup kabul edildiği belirtilerek imzalanacaktır.

7.3. **Teklif Dosyası:** İhaleye katılacak istekli tarafından şartnamede belirtilen adrese zamanında gönderilmiş olan ve bir dış zarfın/paketin içine yerleştirilmiş 3 farklı zarftan oluşmalıdır.

7.3.1. **Dış Zarf / Paket:** Dış zarf/paketin üzerine sadece istekli tarafından belirlenen **8 haneli kod numarası, hangi grup/gruplar için teklif verildiğini belirten grup numara veya numaraları** ve **“T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2012 yılı Reklam İhalesi Teklif Dosyası”** yazılacaktır.

Dış zarfın/paketin ve içine yerleştirilecek olan 3 zarfın kapanan yerleri yapıştırıldıktan sonra, yapıştırılan yerleri **istekli tarafından kaşelenecektir.**

Dış zarf/pakette ve içine yerleştirilecek olan 3 zarfın üzerinde **isteklinin kimliğine ilişkin hiçbir işaret/ibare (logo, şekil, çağrışım vb.) belirtilmemesi** gerekmektedir.

“Teklif Dosyası”nın içinde aşağıda ayrıntısı belirtilen 3 farklı ve kapalı zarf yer almalıdır.

1. Zarf: “Kampanya Stratejisi” ve “Yaratıcı Çalışmalar”
2. Zarf : “İstekliye Ait Bilgiler “
3. Zarf : “Mali Teklif “



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Tanıtma Genel Müdürlüğü

Madde 8- Teklif Dosyasına İlişkin Ayrıntılı Açıklamalar

8.1. 1.Zarf : “Kampanya Stratejisi” ve “Yaratıcı Çalışmalar”

1. Zarf içerisinde,

Bir CD veya DVD içerisinde Kampanya Stratejisi
Diğer bir CD veya DVD içerisinde Yaratıcı Çalışmalar
Ayrıca Kampanya Stratejisi ve Yaratıcı Çalışmaların baskılı örneği
yer almalıdır.

1. Zarfın üzerinde ve içerdiği tüm materyallerde (CD/DVD üzerinde, CD/DVD kapaklarında, baskılı malzemelerde) istekli tarafından belirlenecek 8 haneli kod numarası, hangi grup/gruplar için teklif verildiğini belirten grup numarası ve “Kampanya Stratejisi” ve/veya “Yaratıcı Çalışmalar” ibaresi yer almalıdır.

1. Zarfın üzerinde ve içerdiği tüm materyallerde (CD/DVD üzerinde, CD/DVD kapaklarında, baskılı malzemelerde) istekli kimliğine ilişkin işaret/ibare (logo, şekil, çağrışım vb.), maliyet, ajans komisyonu, medya bedelleri vb. hiçbir bilgi yer almayacaktır.

İstekliye ait kimlik bilgisi paket veya zarflarda yer aldığı takdirde ilgili istekli ihale dışı bırakılacaktır.

Tüm materyalin Komisyon tarafından sorunsuz bir biçimde izlenebilecek kalitede, PDF ve/veya PPT formatında CD veya DVD’ye kaydedilmesi ve tüm CD veya DVD’lerin üzerine istekliye ait kod numarası ile içeriğinin yazılması gerekmektedir.

Sunulan Teklif Dosyalarının dili İngilizce veya Türkçe olacaktır. Ancak ikinci aşamada sunuma davet edilen istekliler, sunumlarını İngilizce, Almanca veya Türkçe yapabileceklerdir.



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Tanıtma Genel Müdürlüğü

8.1.1. Kampanya Stratejisi

- a. Bakanlıkça belirlenmiş yaklaşıma uygun olarak istekli tarafından pazar ülkelerde yürütülmesi önerilen iletişim stratejisi,
- b. Yaratıcı strateji,
- c. Medya stratejisi, içerecektir.

Kampanya Stratejisinin baskısı alınmış bir örneği 1. zarfın içinde yer almalıdır.

8.1.2. Yaratıcı Çalışmalar

İsteklilerin teklif dosyalarında sunacakları yaratıcı çalışmalarda “deniz, kum, güneş”in yanında özellikle kültür (UNESCO Dünya Miras Listesi, antik kentler, güncel kültürel etkilikler, müzeler vb.), şehir, sağlık, inanç, spor, golf, kongre, kış, gençlik, alışveriş, gastronomi vb. Türkiye turizm ürününün çeşitliliğinin vurgulanması gerekmektedir.

İstekliler en fazla 3 farklı kampanya önerisi sunabileceklerdir.

İstekli tarafından 3 kampanya önerisi sunulması halinde, kampanya önerileri “1. Kampanya” , “2. Kampanya” ve “3. Kampanya” şeklinde adlandırılmalıdır.

İsteklinin ihaleye daha fazla kampanya önerisi ile katılması halinde komisyon, sunulan ilk 3 kampanyayı dikkate alacaktır.

Sunulan kampanya veya kampanyalarda yeni bir slogan önerilebileceği gibi önceki yıllarda kullanılan sloganlar istenirse tekrar kullanılabilir.

Komisyonun uygun bulması ve gerek görmesi halinde kazanan firma veya ortaklıklardan birinin kullandığı slogan pazar gruplarından tümüne veya birkaçına uygulanabilir.

İstekli, ihaleyi kazanması durumunda, sunduğu kampanyalarda önerdiği sloganların, bir veya birkaç pazar grubunda kullanılabileceğini, ihaleye teklif vermesi ile peşinen kabul etmiş sayılır.



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Tanıtma Genel Müdürlüğü

Yaratıcı çalışmaların basılı birer örneğinin de en az 35x50 boyutunda orijinaline yakın kalitede 1. zarfın içinde olması gerekmektedir.

Sunulan yaratıcı çalışmalar, nihai hale en yakın olacak şekilde üretilmeli, kullanılan görseller kesinlikle Türkiye'ye ait ve güncel olmalıdır.

Daha sonra kullanılamayacak olan ve/veya telif hakkı alınmamış görseller yaratıcı çalışmalarda kullanılmamalıdır.

8.2. 2. Zarf : “İstekliye Ait Bilgiler “

2.Zarfın üzerinde 1. zarfta yer alan 8 haneli aynı kod numarası, hangi grup/gruplar için teklif verildiğini belirten grup numarası ve “İstekliye Ait Bilgiler “ ibaresi yer almalıdır.

2.Zarfın üzerinde istekli kimliğine ilişkin işaret/ibare (logo, şekil, çağrışım vb.), maliyet, ajans komisyonu, medya bedelleri vb. hiçbir bilgi yer almayacaktır.

2.Zarfın içinde ihale dokümanında yer alan “Kimlik Bilgileri” formunun doldurulmuş biçimde bulunması gerekmektedir.

İrtibat kurulabilmesi için istekli ajanslardan sorumlu olan 2 kişinin şirketteki pozisyonu, mobil ve ajans telefonu, faks numarası, e-posta adresi vb. iletişim bilgileri mutlaka 2. zarfa konulmalıdır.

Maliyetler, ajans komisyonu, medya bedelleri vb. hiçbir bilgi bu bölümde yer almayacaktır.

8.3. 3. Zarf: “Mali Teklif “

3. Zarfın üzerinde, 1. ve 2. zarfta yer alan aynı 8 haneli kod numarası, hangi grup/gruplar için teklif verildiğini belirten grup numarası ve “ Mali Teklif “ ibaresi yer almalıdır. 3. Zarf üzerinde istekli kimliğine ilişkin hiçbir işaret bulunmamalı ve üzeri damgalı ve kapalı olarak sunulmuş olmalıdır.



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Tanıtma Genel Müdürlüğü

8.3.1. İsteklinin birikim, deneyim ve piyasa gücünü gösterir belge/belgeler yer almalıdır.

8.3.2. Reklam faaliyetleri için isteklinin sağlayacağı hizmetler karşılığında toplam net yer satın alımı üzerinden isteklinin talep ettiği “**Toplam Ajans Komisyonu**” iki ayrı orandan meydana gelecektir:

- Ajans Komisyonu Oranı (yaratıcı çalışma ve medya alım komisyonunun toplamı) ve
- Üretim Gideri Oranı (toplam net medya alımı üzerinden oran olarak sunulacaktır, nakdi bir teklif sunulmayacaktır)

İhale komisyonu tarafından, sadece, ihalenin üçüncü aşamasına geçen isteklilerin 3. zarfları açılacaktır.

İhaleyi kazanamayan katılımcıların proje tekliflerinin hiçbirisi, ihale dokümanı olarak muhafaza edilme zorunluluğundan dolayı iade edilmeyecek ve çalışmaları için bir ücret ödenmeyecektir.

V- İHALE KOMİSYONU VE DEĞERLENDİRME YÖNTEMİ

Madde 9- İhale Komisyonu Kurulması

İhale Komisyonu üyeleri Bakan Onayı ile belirlenir.

Ayrıca ihalenin birinci ve ikinci aşamalarında bulunmak üzere aşağıda isimleri belirtilen kuruluşlardan görevlendirilecek kişiler **gözetmen olarak görev yapacaklardır.**

Bu kuruluşlar şunlardır:

- İletişim alanında Türkiye’nin önde gelen üniversitelerinden 2 akademik temsilci
- Reklamcılar Derneği (Başkan ya da Yönetim Kurulu tarafından görevlendirilecek 1 kişi)
- TÜRİSAB (Başkan ya da görevlendireceği 1 kişi)
- TÜROFED (Başkan ya da görevlendireceği 1 kişi)
- TUROB (Başkan ya da görevlendireceği 1 kişi)
- TUREB (Başkan ya da görevlendireceği 1 kişi)
- TYD (Başkan ya da görevlendireceği 1 kişi)



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Tanıtma Genel Müdürlüğü

Oluşturulan ihale komisyonu ve gözetmenler **2-7 Ekim 2011 tarihleri** arasında **Roma’da** reklam ajanslarının seçimini yapmak ve işi ihale etmek üzere toplanacaktır. **Roma Kültür ve Tanıtma Müşavirliği’ne** gönderilmiş olan teklif dosyaları İhale Komisyonu tarafından değerlendirmeye alınarak ihale süreci başlatılacaktır.

Madde 10- Değerlendirme Yöntemi

İhale Komisyonu çalışmalarını **üç aşamalı olarak** gerçekleştirecektir. Birinci ve ikinci aşamadaki değerlendirme sırasında İhale Komisyonu Üyelerinin yanı sıra yukarıda belirtilen gözetmenler de yer alacaktır.

10.1. Birinci Aşama:

İstekliler tarafından **Roma Kültür ve Tanıtma Müşavirliğine** gönderilmiş olan teklif dosyaları **Madde- 7 ve Madde- 8’de belirtilen** koşulları taşıyıp taşımadığı hususunda değerlendirilir.

Komisyonca yapılan değerlendirme sonucunda teklif dosyaları İhale Şartnamesine uygun olmadığı anlaşılan istekliler **bir tutanakla tespit edilir ve değerlendirme dışı bırakılır.** Geriye kalan teklifler ihalenin birinci aşamasında değerlendirmeye alınır.

Birinci aşamada **İhaleye katılan isteklilerin proje teklifleri “Strateji ve Yaratıcı Çalışma Değerlendirme Formu” doğrultusunda değerlendirilecektir.** Yapılan değerlendirme sonucunda 100 tam puan üzerinden, 70 puan barajını aşan ajanslar sunuma davet edilecektir.

“Strateji ve Yaratıcı Çalışma Değerlendirme Formu”nda her biri 10 puan olmak üzere aşağıdaki kriterlerle değerlendirme yapılmaktadır.

- Şartnamede yer alan pazarlama hedeflerine uygunluk
- Şartnamede yer alan iletişim hedef ve stratejilerine uygunluk
- Türkiye turizm ürününün çeşitliliğini yansıtmak
- Diğer ülke tanıtımlarından farklı olma, rekabet üstünlüğü yaratma
- Farklı disiplinlerde uygulanabilecek entegre iletişim anlayışına sahip olma
- Tüketici ile duygusal bağ kurma
- Medyanın etkin ve verimli kullanımı
- Görsel çekicilik ve zenginlik
- Sloganın anlamı ve gücü
- Teklifin verildiği pazar/ pazarlardaki hedef kitleye uygunluk



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Tanıtma Genel Müdürlüğü

Sunum yapmak üzere davet edilmesi uygun görülen projeler (**kısa liste 100 tam puan üzerinden 70 puan ve üzeri alan projelerden oluşacaktır**) ihale komisyonu tarafından tutanakla belirlenerek istekli temsilcileri **bizzat** sunuş yapmak üzere **2-7 Ekim 2011 tarihleri arasında** davet edilecektir.

Bu nedenle, ihaleye katılan her ajansın sunuş yapacak temsilcilerinin önceden vize işlemlerini tamamlamış olmaları gerekmektedir.

10.2. İkinci Aşama:

İkinci Aşamada Komisyon tarafından davet edilen istekli temsilcileri belirlenen tarihte **Roma’da** sunum yapacaklardır. İsteklilerin yaptıkları sunumlar **“Sunuma Davet Edilen Ajanslara İlişkin Değerlendirme Formu”nda** belirlenen kriterler doğrultusunda değerlendirilecektir.

“Sunuma Davet Edilen Ajanslara İlişkin Değerlendirme Formu”nda aşağıdaki kriterlerle değerlendirme yapılmaktadır.

- Şartnamede yer alan pazarlama ve iletişim hedeflerine uygunluk (5 puan)
- Kampanya hedefleri ve stratejisi (20 puan)
- Diğer ülke tanıtımlarından farklı olma, rekabet üstünlüğü yaratma (10 puan)
- Farklı disiplinlerde uygulanabilecek entegre iletişim anlayışına sahip olma (10 puan)
- Tüketici ile duygusal bağ kurma(10 puan)
- Yaratıcılık/görsel çekicilik/ sloganın gücü ve anlamı(20 puan)
- Teklifin verildiği pazar/ pazarlardaki hedef kitleye uygunluk(10 puan)
- Ajans ekibinin deneyimi ve yetkinliği(15 puan)

Yapılan değerlendirme sonucunda 100 tam puan üzerinden 75 puan barajını aşan ajanslar üçüncü aşamaya davet edilecektir.

Ajans dışından marka danışmanlarına sunum yapma izni verilmeyecek ve sunum yapacak kişi sayısı 5’i geçmeyecektir.

Sunumlar her bir ajans için 1 saati geçmeyecektir ve öngörülen süre dağılımı aşağıdaki gibidir:

- Ajans tanıtımı 5 dakika
- Strateji ve Yaratıcı Çalışma Sunumu 45 dakika,
- Soru –Cevap 10 dakika



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Tanıtma Genel Müdürlüğü

10.3. Üçüncü Aşama:

İkinci aşamada 75 puan ve üzerini alan istekliler tutanakla belirlenerek üçüncü aşamaya davet edilirler. İhale Komisyonu isteklileri davet ederek **“Mali Teklif”i içeren 3. Zarflarını** açar. İsteklilere yeni teklif vermek isteyip istemedikleri sorulur. Yeni teklif vermek isteyen istekliler son mali tekliflerini kapalı zarf içinde komisyona sunar. Komisyon fayda maliyet kriterini göz önüne alarak, ajanslarla görüşmeler yoluyla değerlendirme ve pazarlık yaparak karar verir ve tutanakla sonuçlandırır.

İstekliler birden fazla grup için teklif vermişse bile her grup için ayrı ayrı tekliflerini sunar.

Üçüncü aşama İhale Komisyonu tarafından yürütülür ve tamamlanır.

VI- DİĞER HUSUSLAR

Madde 11- Sözleşmelerin İmzalanması

Nihai seçimi takiben Komisyon kararları Bakan Onayına sunulacak, Bakanlık Makamınca onaylanarak geçerlilik kazanan kararın uygulamaya konulması için işveren ülkeler bazında sözleşmeler yapılacaktır.

Sözleşmeler, ihale kararının Bakanlıkça onaylanıp ihaleyi kazanan firmaya tebliğ edildiği tarihten itibaren en geç 30 iş günü içerisinde imzalanacaktır. Zorunlu hallerde Bakanlığın yazılı izni ile bu süre en fazla 30 iş günü daha uzatılabilir. Ajansın sözleşmeyi verilen süre içerisinde imzalamaktan imtina etmesi, süre uzatımı sonunda da sözleşmenin imzalanmaması halinde yapılmış olan ihale iptal edilerek 04.11.2004 tarih ve 25633 sayılı Resmi Gazete ile yürürlüğe giren “İdarelerin Yabancı Ülkelerdeki Kuruluşlarının Mal ve Hizmet Alımları ile Yapım İşlerine İlişkin Esaslar” çerçevesinde yeni bir hizmet alımı gerçekleştirilecektir.

Bu çerçevede, seçilen ajans veya ajanslarla İşveren adına Bakanlığın belirlediği Kültür ve Tanıtma Müşavirlik/Ataşelikleri arasında yapılacak sözleşmelerin kapsadığı dönem, ilgili ülke grubu/gruplarının kampanya dönemi ve bütçesine göre belirlenecektir.



T.C.
KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
Tanıtma Genel Müdürlüğü

Madde 12- Faturalama ve Ödemeler

İşin kapsamı bölümünde belirtilen işler için faturalar; işveren adına "T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı İsmet İnönü Bulvarı No:5 Bahçelievler/Ankara" adresine düzenlenecek, ancak, Bakanlığın ilgili Kültür ve Tanıtma Müşavirlik/Ataşelikleri (İşveren Bürolar) adresine gönderilecektir.

Medya alımları Ajans tarafından gerçekleştirilecek olup, ödemeler, Ajans tarafından sağlanan tüm indirimler düşüldükten sonra net yer/zaman satın alma bedeli (komisyon ve KDV hariç) üzerinden düzenlenen medya faturalarının teslimini takiben İşveren Bürolar tarafından pazar ülkenin mahalli mevzuatı/ şartları doğrultusunda ve işverenin uygun görüşü ile doğrudan medya kuruluşuna, ajansın medya alım şirketine veya ajansa yapılacaktır.

Türk Mali Mevzuatına uygun olarak tüm ödemeler, işin bitimi, hizmetin görülmesini ve gerekli belgelerin eksiksiz ve tam olarak ajans tarafından işveren bürolara sunulmasını takiben yapılacaktır.

Madde 13- Medya Denetimi (Media Audit)

Konusunda önde gelen firmalar arasından yapılacak seçimle bağımsız bir denetçi atanması durumunda, mecra harcamalarının kayıtsız şartsız denetimi istekli ve ihaleyi kazanan kuruluş tarafından peşinen kabul edilecektir.

Madde 14- Anlaşmazlıkların Çözümü

Her türlü hukuki ihtilafın çözümünde Türk Hukukunun ilgili hükümleri uygulanacak, Ankara Mahkemeleri yetkili olacaktır.

Madde 15- İşbu şartname bu madde ile birlikte 15 maddeden oluşmaktadır.

