

ПРОТОКОЛ от работата на комисията за оценка на представените презентации

Днес, 07.02.2017 в 10:00 часа в сграда, находяща се в град Пловдив, ул. „Христо Г. Данов“ № 37, се събра комисия, назначена със заповед №1/ 11.11.2016, в следния състав:

ПРЕДСЕДАТЕЛ		
Информацията е заличена съгл. чл.2 и чл.4 от ЗЗЛД		

Във връзка с обявения критерий за оценка - „икономически най-изгодна оферта“, комисията пристъпи към **оценяване на представените презентации** на допуснатите до този етап участници, в процедура на договаряне с предварителна покана за участие № 495-EP-16-CK-Y-3 с предмет: Планиране, оформление и осъществяване на рекламни дейности – производство, създаване, медия планиране и медия купуване за нуждите на EVN България Електроразпределение ЕАД, EVN България Електроснабдяване ЕАД и EVN България Топлофикация ЕАД относно съответствието им с изискванията на Възложителя, посочени в документацията за участие.

Членовете на Комисията прегледаха предоставените хартиени и дигитални копия на представените презентации по реда на тяхното презентиране, както следва:

1. Участник Бранд Ню Айдиъс ЕООД, представена презентация от 10:00 на 27.01.2017
2. Участник Медиа Планинг Груп ООД, представена презентация от 13:00 на 27.01.2017
3. Участник ДДБ София ООД, представена презентация от 10:00 на 27.01.2017

Всеки член на Комисията попълни отделен Формуляр за техническа оценка на презентациите на всеки един участник поотделно. Оценка се извърши при спазването на 3 (три) степени за оценка на качеството на изпълнение - „**Ясно, детайлно**“, „**Непълно, неточно**“, „**Неясно, липса**“, като значенията на термините, описващи нивото на качество са детайлно описани в документ „Методика за определяне на комплексната оценка“, неразделна част от документацията за участие към настоящата процедура.

При формула за изчисление на критерия за оценка - „икономически най-изгодна оферта“:

КО = Т + Ц, където:

КО – комплексна оценка

Т – техническа оценка

Ц – финансова оценка,

И начин за изчисление на **Т – техническа оценка** (заложена във формулата по-горе):

Т = Т1 + Т2 + Т3, където:

Т – техническа оценка

Т1 – оценка за качество на креативна идея

Т2 – оценка на цялостна концепция

Т3 – оценка на презентация и мотивация на агенцията

Като за да бъде формирана обща оценка на всеки участник, бяха сумирани крайните оценки, които членовете на комисията са поставили за съответния участник, за всеки показател и полученият сбор се раздели на 3 /броя на членовете на комисията/.

Предвид гореизложеното участниците получават оценки за показател **T – техническа оценка**, както следва:

- **Участник Бранд Ню Айдиъс ЕООД:**
 - За T1 – оценка за качество на креативна идея 17 точки
 - За T2 – оценка на цялостна концепция 18 точки
 - За T3 – оценка на презентация и мотивация на агенцията 3 точки**T = T1 + T2 + T3 = 17 + 18 + 3 = 38 точки**

- **Участник Медиа Планинг Груп ООД:**
 - За T1 – оценка за качество на креативна идея 25 точки
 - За T2 – оценка на цялостна концепция 24 точки
 - За T3 – оценка на презентация и мотивация на агенцията 5 точки**T = T1 + T2 + T3 = 25 + 24 + 5 = 54 точки**

- **Участник ДДБ София ООД:**
 - За T1 – оценка за качество на креативна идея 28 точки
 - За T2 – оценка на цялостна концепция 29 точки
 - За T3 – оценка на презентация и мотивация на агенцията 5 точки**T = T1 + T2 + T3 = 28 + 29 + 5 = 62 точки**

Приложения:

1. Формуляр за техническа оценка – 9 бр.

Формуляр за техническа оценка по обществена поръчка за избор на рекламна агенция на EVN

Име на оценяван участник:

Бранд Ню Айдиъс ЕООД – вх. № 567/16.01.2017

ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ОЦЕНКА НА ТЕХНИЧЕСКАТА КОМПОНЕНТА	Точки според качество на изпълнението			ОЦЕНКА
	Ясно, детайлно	Непълно, неточно	Неясно, липса	
1. Качество на креативната идея (Т1)				15
1.1. Степен на яснота на посланието към зададената целева група (<i>разбираемо, добавена стойност за целевата група</i>)	7 точки	3 – 6 точки	0 – 2 точки	3
1.2. Настроение на кампанията, емоционалност	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	3
1.3. Качество на визуализацията (<i>визуален стил, дизайн елементи, спазване на корпоративен дизайн</i>)	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	4
1.4. Степен на оригиналност на идеята	8 точки	3 – 7 точки	0 – 2 точки	4
1.5. Допълнителни креативни идеи	3 точки	1 – 2 точки	0 точки	1
2. Качество на цялостната концепция (Т2)				19
2.1. Анализ и стратегия (<i>приложимост на концепцията спрямо актуалната ситуация в енергийния бранш, пазарните и икономически условия в страната</i>)	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	3
2.2. Приложимост на креативната идея в дългосрочен план	3 точки	1 – 2 точки	0 – 1 точки	1
2.3. Приложимост на идеята върху различни медийни канали	3 точки	1 – 2 точки	0 точки	1
2.4. Принос на кампанията към подобряване на имиджа на марката на EVN група	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точки	3
2.5. Отразяване на ценностите на марката	2 точки	1 точка	0 точки	1
2.6. Подбор на медийни канали	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точки	3
2.7. Приложимост на медийния микс спрямо целевата група	7 точки	3 – 6 точки	0 – 2 точки	4
2.8. Реализиране на концепцията според зададения бюджет	2 точки	1 точка	0 точки	2
2.9. Спазване на зададения брифинг	2 точки	1 точка	0 точки	1
3. Качество на презентацията и мотивация на агенцията (Т3)				2
	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точка	2
Общо:				36

Информацията е заличена съгл. чл.2 и чл.4 от ЗЗЛД

(име, фамилия и подпис на оценяващ)

07.02.2017 г.

(дата)

Формуляр за техническа оценка по обществена поръчка за избор на рекламна агенция на EVN

Име на оценяван участник:

Бранд Ню Айдиъс ЕООД – вх. № 567/16.01.2017

ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ОЦЕНКА НА ТЕХНИЧЕСКАТА КОМПОНЕНТА	Точки според качество на изпълнението			ОЦЕНКА
	Ясно, детайлно	Непълно, неточно	Неясно, липса	
1. Качество на креативната идея (Т1)				17
1.1. Степен на яснота на посланието към зададената целева група (<i>разбираемо, добавена стойност за целевата група</i>)	7 точки	3 – 6 точки	0 – 2 точки	4
1.2. Настроение на кампанията, емоционалност	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	4
1.3. Качество на визуализацията (<i>визуален стил, дизайн елементи, спазване на корпоративен дизайн</i>)	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	4
1.4. Степен на оригиналност на идеята	8 точки	3 – 7 точки	0 – 2 точки	3
1.5. Допълнителни креативни идеи	3 точки	1 – 2 точки	0 точки	2
2. Качество на цялостната концепция (Т2)				17
2.1. Анализ и стратегия (<i>приложимост на концепцията спрямо актуалната ситуация в енергийния бранш, пазарните и икономически условия в страната</i>)	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	3
2.2. Приложимост на креативната идея в дългосрочен план	3 точки	1 – 2 точки	0 – 1 точки	1
2.3. Приложимост на идеята върху различни медийни канали	3 точки	1 – 2 точки	0 точки	2
2.4. Принос на кампанията към подобряване на имиджа на марката на EVN група	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точки	1
2.5. Отразяване на ценностите на марката	2 точки	1 точка	0 точки	1
2.6. Подбор на медийни канали	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точки	2
2.7. Приложимост на медийния микс спрямо целевата група	7 точки	3 – 6 точки	0 – 2 точки	4
2.8. Реализиране на концепцията според зададения бюджет	2 точки	1 точка	0 точки	1
2.9. Спазване на зададения брифинг	2 точки	1 точка	0 точки	2
3. Качество на презентацията и мотивация на агенцията (Т3)	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точка	3
Общо:				37

Информацията е заличена съгл. чл.2 и чл.4 от ЗЗЛД

(име, фамилия и подпис на оценяващ)

07.02.2017 г.

(дата)

Формуляр за техническа оценка по обществена поръчка за избор на рекламна агенция на EVN

Име на оценяван участник:

Бранд Ню Айдиъс ЕООД – вх. № 567/16.01.2017

ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ОЦЕНКА НА ТЕХНИЧЕСКАТА КОМПОНЕНТА	Точки според качество на изпълнението			ОЦЕНКА
	Ясно, детайлно	Непълно, неточно	Неясно, липса	
1. Качество на креативната идея (Т1)				19
1.1. Степен на яснота на посланието към зададената целева група (<i>разбираемо, добавена стойност за целевата група</i>)	7 точки	3 – 6 точки	0 – 2 точки	5
1.2. Настроение на кампанията, емоционалност	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	5
1.3. Качество на визуализацията (<i>визуален стил, дизайн елементи, спазване на корпоративен дизайн</i>)	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	4
1.4. Степен на оригиналност на идеята	8 точки	3 – 7 точки	0 – 2 точки	4
1.5. Допълнителни креативни идеи	3 точки	1 – 2 точки	0 точки	1
2. Качество на цялостната концепция (Т2)				20
2.1. Анализ и стратегия (<i>приложимост на концепцията спрямо актуалната ситуация в енергийния бранш, пазарните и икономически условия в страната</i>)	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	4
2.2. Приложимост на креативната идея в дългосрочен план	3 точки	1 – 2 точки	0 – 1 точки	2
2.3. Приложимост на идеята върху различни медийни канали	3 точки	1 – 2 точки	0 точки	2
2.4. Принос на кампанията към подобряване на имиджа на марката на EVN група	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точки	3
2.5. Отразяване на ценностите на марката	2 точки	1 точка	0 точки	1
2.6. Подбор на медийни канали	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точки	3
2.7. Приложимост на медийния микс спрямо целевата група	7 точки	3 – 6 точки	0 – 2 точки	3
2.8. Реализиране на концепцията според зададения бюджет	2 точки	1 точка	0 точки	1
2.9. Спазване на зададения брифинг	2 точки	1 точка	0 точки	1
3. Качество на презентацията и мотивация на агенцията (Т3)	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точка	3

Общо:

42

Информацията е заличена съгл. чл.2 и чл.4 от ЗЗЛД

07.02.2017 г.

(име, фамилия и подпис на оценяващ)

(дата)

Формуляр за техническа оценка по обществена поръчка за избор на рекламна агенция на EVN

Име на оценяван участник:

Медиа Планинг Груп ООД – вх. № 573/16.01.2017

ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ОЦЕНКА НА ТЕХНИЧЕСКАТА КОМПОНЕНТА	Точки според качество на изпълнението			ОЦЕНКА
	Ясно, детайлно	Непълно, неточно	Неясно, липса	
1. Качество на креативната идея (Т1)				23
1.1. Степен на яснота на посланието към зададената целева група (<i>разбираемо, добавена стойност за целевата група</i>)	7 точки	3 – 6 точки	0 – 2 точки	5
1.2. Настроение на кампанията, емоционалност	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	6
1.3. Качество на визуализацията (<i>визуален стил, дизайн елементи, спазване на корпоративен дизайн</i>)	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	5
1.4. Степен на оригиналност на идеята	8 точки	3 – 7 точки	0 – 2 точки	6
1.5. Допълнителни креативни идеи	3 точки	1 – 2 точки	0 точки	1
2. Качество на цялостната концепция (Т2)				24
2.1. Анализ и стратегия (<i>приложимост на концепцията спрямо актуалната ситуация в енергийния бранш, пазарните и икономически условия в страната</i>)	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	5
2.2. Приложимост на креативната идея в дългосрочен план	3 точки	1 – 2 точки	0 – 1 точки	2
2.3. Приложимост на идеята върху различни медийни канали	3 точки	1 – 2 точки	0 точки	2
2.4. Принос на кампанията към подобряване на имиджа на марката на EVN група	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точки	4
2.5. Отразяване на ценностите на марката	2 точки	1 точка	0 точки	2
2.6. Подбор на медийни канали	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точки	2
2.7. Приложимост на медийния микс спрямо целевата група	7 точки	3 – 6 точки	0 – 2 точки	4
2.8. Реализиране на концепцията според зададения бюджет	2 точки	1 точка	0 точки	1
2.9. Спазване на зададения брифинг	2 точки	1 точка	0 точки	2
3. Качество на презентацията и мотивация на агенцията (Т3)	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точка	5
Общо:				52

Информацията е заличена съгл. чл.2 и чл.4 от ЗЗЛД

(име, фамилия и подпис на оценяващ)

07.02.2017 г.

(дата)

Формуляр за техническа оценка по обществена поръчка за избор на рекламна агенция на EVN

Име на оценяван участник:

Медиа Планинг Груп ООД – вх. № 573/16.01.2017

ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ОЦЕНКА НА ТЕХНИЧЕСКАТА КОМПОНЕНТА	Точки според качество на изпълнението			ОЦЕНКА
	Ясно, детайлно	Непълно, неточно	Неясно, липса	
1. Качество на креативната идея (Т1)				26
1.1. Степен на яснота на посланието към зададената целева група (<i>разбираемо, добавена стойност за целевата група</i>)	7 точки	3 – 6 точки	0 – 2 точки	7
1.2. Настроение на кампанията, емоционалност	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	6
1.3. Качество на визуализацията (<i>визуален стил, дизайн елементи, спазване на корпоративен дизайн</i>)	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	5
1.4. Степен на оригиналност на идеята	8 точки	3 – 7 точки	0 – 2 точки	7
1.5. Допълнителни креативни идеи	3 точки	1 – 2 точки	0 точки	1
2. Качество на цялостната концепция (Т2)				25
2.1. Анализ и стратегия (<i>приложимост на концепцията спрямо актуалната ситуация в енергийния бранш, пазарните и икономически условия в страната</i>)	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	5
2.2. Приложимост на креативната идея в дългосрочен план	3 точки	1 – 2 точки	0 – 1 точки	2
2.3. Приложимост на идеята върху различни медийни канали	3 точки	1 – 2 точки	0 точки	3
2.4. Принос на кампанията към подобряване на имиджа на марката на EVN група	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точки	4
2.5. Отразяване на ценностите на марката	2 точки	1 точка	0 точки	2
2.6. Подбор на медийни канали	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точки	2
2.7. Приложимост на медийния микс спрямо целевата група	7 точки	3 – 6 точки	0 – 2 точки	4
2.8. Реализиране на концепцията според зададения бюджет	2 точки	1 точка	0 точки	1
2.9. Спазване на зададения брифинг	2 точки	1 точка	0 точки	2
3. Качество на презентацията и мотивация на агенцията (Т3)	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точка	5

Общо:

56

Информацията е заличена съгл. чл.2 и чл.4 от ЗЗЛД

Мариела Гондрова

(име, фамилия и подпис на оценяващ)

07.02.2017 г.

(дата)

Формуляр за техническа оценка по обществена поръчка за избор на рекламна агенция на EVN

Име на оценяван участник:

Медиа Планинг Груп ООД – вх. № 573/16.01.2017

ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ОЦЕНКА НА ТЕХНИЧЕСКАТА КОМПОНЕНТА	Точки според качество на изпълнението			ОЦЕНКА
	Ясно, детайлно	Непълно, неточно	Неясно, липса	
1. Качество на креативната идея (Т1)				27
1.1. Степен на яснота на посланието към зададената целева група (<i>разбираемо, добавена стойност за целевата група</i>)	7 точки	3 – 6 точки	0 – 2 точки	6
1.2. Настроение на кампанията, емоционалност	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	6
1.3. Качество на визуализацията (<i>визуален стил, дизайн елементи, спазване на корпоративен дизайн</i>)	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	6
1.4. Степен на оригиналност на идеята	8 точки	3 – 7 точки	0 – 2 точки	7
1.5. Допълнителни креативни идеи	3 точки	1 – 2 точки	0 точки	2
2. Качество на цялостната концепция (Т2)				23
2.1. Анализ и стратегия (<i>приложимост на концепцията спрямо актуалната ситуация в енергийния бранш, пазарните и икономически условия в страната</i>)	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	5
2.2. Приложимост на креативната идея в дългосрочен план	3 точки	1 – 2 точки	0 – 1 точки	2
2.3. Приложимост на идеята върху различни медийни канали	3 точки	1 – 2 точки	0 точки	2
2.4. Принос на кампанията към подобряване на имиджа на марката на EVN група	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точки	4
2.5. Отразяване на ценностите на марката	2 точки	1 точка	0 точки	2
2.6. Подбор на медийни канали	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точки	2
2.7. Приложимост на медийния микс спрямо целевата група	7 точки	3 – 6 точки	0 – 2 точки	3
2.8. Реализиране на концепцията според зададения бюджет	2 точки	1 точка	0 точки	1
2.9. Спазване на зададения брифинг	2 точки	1 точка	0 точки	2
3. Качество на презентацията и мотивация на агенцията (Т3)	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точка	4

Общо:

54

Информацията е заличена съгл. чл.2 и чл.4 от ЗЗЛД

Историческо

(име, фамилия и подпис на оценяващ)

07.02.2017 г.

(дата)

Формуляр за техническа оценка по обществена поръчка за избор на рекламна агенция на EVN

Име на оценяван участник:

ДДБ София ООД – вх. № 576/16.01.2017

ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ОЦЕНКА НА ТЕХНИЧЕСКАТА КОМПОНЕНТА	Точки според качество на изпълнението			ОЦЕНКА
	Ясно, детайлно	Непълно, неточно	Неясно, липса	
1. Качество на креативната идея (Т1)				28
1.1. Степен на яснота на посланието към зададената целева група (<i>разбираемо, добавена стойност за целевата група</i>)	7 точки	3 – 6 точки	0 – 2 точки	6
1.2. Настроение на кампанията, емоционалност	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	6
1.3. Качество на визуализацията (<i>визуален стил, дизайн елементи, спазване на корпоративен дизайн</i>)	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	5
1.4. Степен на оригиналност на идеята	8 точки	3 – 7 точки	0 – 2 точки	8
1.5. Допълнителни креативни идеи	3 точки	1 – 2 точки	0 точки	3
2. Качество на цялостната концепция (Т2)				30
2.1. Анализ и стратегия (<i>приложимост на концепцията спрямо актуалната ситуация в енергийния бранш, пазарните и икономически условия в страната</i>)	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	5
2.2. Приложимост на креативната идея в дългосрочен план	3 точки	1 – 2 точки	0 – 1 точки	2
2.3. Приложимост на идеята върху различни медийни канали	3 точки	1 – 2 точки	0 точки	2
2.4. Принос на кампанията към подобряване на имиджа на марката на EVN група	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точки	5
2.5. Отразяване на ценностите на марката	2 точки	1 точка	0 точки	2
2.6. Подбор на медийни канали	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точки	4
2.7. Приложимост на медийния микс спрямо целевата група	7 точки	3 – 6 точки	0 – 2 точки	6
2.8. Реализиране на концепцията според зададения бюджет	2 точки	1 точка	0 точки	2
2.9. Спазване на зададения брифинг	2 точки	1 точка	0 точки	2
3. Качество на презентацията и мотивация на агенцията (Т3)	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точка	5

Общо:

63

Информацията е заличена съгл. чл.2 и чл.4 от ЗЗЛД

Тергана Димитрова

(име, фамилия и подпис на оценяващ)

07.02.2017 г.

(дата)

Формуляр за техническа оценка по обществена поръчка за избор на рекламна агенция на EVN

Име на оценяван участник:

ДДБ София ООД – вх, № 576/16.01.2017

ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ОЦЕНКА НА ТЕХНИЧЕСКАТА КОМПОНЕНТА	Точки според качество на изпълнението			ОЦЕНКА
	Ясно, детайлно	Непълно, неточно	Неясно, липса	
1. Качество на креативната идея (Т1)				28
1.1. Степен на яснота на посланието към зададената целева група (<i>разбираемо, добавена стойност за целевата група</i>)	7 точки	3 – 6 точки	0 – 2 точки	7
1.2. Настроение на кампанията, емоционалност	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	6
1.3. Качество на визуализацията (<i>визуален стил, дизайн елементи, спазване на корпоративен дизайн</i>)	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	5
1.4. Степен на оригиналност на идеята	8 точки	3 – 7 точки	0 – 2 точки	8
1.5. Допълнителни креативни идеи	3 точки	1 – 2 точки	0 точки	2
2. Качество на цялостната концепция (Т2)				30
2.1. Анализ и стратегия (<i>приложимост на концепцията спрямо актуалната ситуация в енергийния бранш, пазарните и икономически условия в страната</i>)	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	6
2.2. Приложимост на креативната идея в дългосрочен план	3 точки	1 – 2 точки	0 – 1 точки	3
2.3. Приложимост на идеята върху различни медийни канали	3 точки	1 – 2 точки	0 точки	1
2.4. Принос на кампанията към подобряване на имиджа на марката на EVN група	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точки	4
2.5. Отразяване на ценностите на марката	2 точки	1 точка	0 точки	2
2.6. Подбор на медийни канали	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точки	5
2.7. Приложимост на медийния микс спрямо целевата група	7 точки	3 – 6 точки	0 – 2 точки	6
2.8. Реализиране на концепцията според зададения бюджет	2 точки	1 точка	0 точки	2
2.9. Спазване на зададения брифинг	2 точки	1 точка	0 точки	1
3. Качество на презентацията и мотивация на агенцията (Т3)	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точка	5

Общо:

63

Информацията е заличена съгл. чл.2 и чл.4 от ЗЗЛД

07.02.2017 г.

(име, фамилия и подпис на оценяващ)

(дата)

Формуляр за техническа оценка по обществена поръчка за избор на рекламна агенция на EVN

Име на оценяван участник:

ДДБ София ООД – вх. № 5/6/16.01.2017

ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ОЦЕНКА НА ТЕХНИЧЕСКАТА КОМПОНЕНТА	Точки според качество на изпълнението			ОЦЕНКА
	Ясно, детайлно	Непълно, неточно	Неясно, липса	
1. Качество на креативната идея (Т1)				28
1.1. Степен на яснота на посланието към зададената целева група (<i>разбираемо, добавена стойност за целевата група</i>)	7 точки	3 – 6 точки	0 – 2 точки	6
1.2. Настроение на кампанията, емоционалност	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	6
1.3. Качество на визуализацията (<i>визуален стил, дизайн елементи, спазване на корпоративен дизайн</i>)	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	5
1.4. Степен на оригиналност на идеята	8 точки	3 – 7 точки	0 – 2 точки	8
1.5. Допълнителни креативни идеи	3 точки	1 – 2 точки	0 точки	3
2. Качество на цялостната концепция (Т2)				26
2.1. Анализ и стратегия (<i>приложимост на концепцията спрямо актуалната ситуация в енергийния бранш, пазарните и икономически условия в страната</i>)	6 точки	3 – 5 точки	0 – 2 точки	5
2.2. Приложимост на креативната идея в дългосрочен план	3 точки	1 – 2 точки	0 – 1 точки	2
2.3. Приложимост на идеята върху различни медийни канали	3 точки	1 – 2 точки	0 точки	2
2.4. Принос на кампанията към подобряване на имиджа на марката на EVN група	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точки	3
2.5. Отразяване на ценностите на марката	2 точки	1 точка	0 точки	2
2.6. Подбор на медийни канали	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точки	4
2.7. Приложимост на медийния микс спрямо целевата група	7 точки	3 – 6 точки	0 – 2 точки	4
2.8. Реализиране на концепцията според зададения бюджет	2 точки	1 точка	0 точки	2
2.9. Спазване на зададения брифинг	2 точки	1 точка	0 точки	2
3. Качество на презентацията и мотивация на агенцията (Т3)	5 точки	2 – 4 точки	0 – 1 точка	5

Общо:

59

Информацията е заличена съгл. чл.2 и чл.4 от ЗЗЛД

(име, фамилия и подпис на оценяващ)

07.02.2017 г.

(дата)