

Radio- og tv-nævnet

UDBUDSBETINGELSER

Radio- og tv-nævnets udbud af informationsindsats om analogt stop

Offentligt udbud

Indholdsfortegnelse:

1.	Indledning	3
1.1	Den ordregivende myndighed	3
1.2	Udbudsmaterialets bestanddele	3
2.	Tidsplan for udbudsforretningen	3
3.	Forbehold	4
4.	Minimumskrav til indholdet af tilbudet	4
4.1	Minimumskrav til tilbudsgivers egnethed	5
4.1.1	Konsortier og sammenslutninger:	6
4.2	Minimumskrav til øvrig lovpligtig dokumentation:	6
5.	Tildelingskriterier	6
5.1	Underkriterier	6
5.2	Tildeling af ordren	6
5.3	Tilbuddets indhold og vurdering heraf	7
5.3.1	Tilbudte KPI`ere og risikodeling (underkriteriet vægter 40 %):	7
5.3.2	Kvalitet af den tilbudte løsning (underkriteriet vægter 25 %):	8
5.3.3	Kvalifikationer hos de til opgaven allokerede medarbejdere (underkriteriet vægter 20 %):	10
5.3.4	Pris (det samlede faste honorar indgår i evalueringen) (underkriteriet vægter 15 %):	11
6.	Afgivelse og aflevering af tilbud	12
6.1	Informations- og spørgemøde	12
6.2	Frist for spørgsmål og anmodning om supplerende oplysninger	12
6.3	Tilbudsfrist, aflevering og mærkning af tilbud	13
6.4	Acceptfrist for tilbud	13
6.5	Åbning af tilbud	13
6.6	Sprog	14
7.	Øvrige udbudsvilkår	14
7.1	Alternative tilbud	14
7.2	Annulation	14
7.3	Omkostninger ved deltagelse	14
7.4	Rettigheder til udbudsmaterialet	14
7.5	Oplysninger mv. om skat, miljøbeskyttelse og arbejdsmiljø	14
8.	Disposition af tilbud (tjekliste)	15

1. Indledning

Radio- og tv-nævnet udbyder hermed informationsindsatsen om analogt stop. Udbudet, der er et offentligt EU-udbud, udbydes i henhold til udbudsbekendtgørelse fremsendt til EU-tidende den 25. april 2008.

Tilbudsgiverne opfordres herved til at afgive tilbud på udførelsen af tjenesteydelsen i overensstemmelse med specifikationerne i dette udbudsmateriale.

Tilbudsfristen er tirsdag, den 10. juni 2008, kl. 12.00, se afsnit 6.

1.1 Den ordregivende myndighed

Den ordregivende myndighed:

Radio- og tv-nævnet (repræsenteret af Mediesekretariatet)
Vognmagergade 10, 1.
1120 København K.

1.2 Udbudsmaterialets bestanddele

Det samlede udbudsmateriale består ud over udbudsbekendtgørelsen af:

- Nærværende udbudsbetingelser.
- Kontrakt om informationsindsats vedrørende analogt stop.
- Bilag 1: Kravspecifikation.
- Bilag 2: KPI skema (udfyldes af tilbudsgiver og vedlægges tilbuddet).
- Vejledning til udarbejdelse af Bilag 3 fremgår af nærværende udbudsbetingelser.

Herudover vedlægges formular, der kan anvendes af tilbudsgiver ved afgivelse af tro og love erklæring om gæld til det offentlige samt ved afgivelse af erklæring om beskyttelse på arbejdspladsen m.v.

2. Tidsplan for udbudsforretningen

Afsendelse af elektronisk udbudsbekendtgørelse til EU-tidende:

25. april 2008

Sidste frist for tilmelding til informations- og spørgemøde:

?

Tilmelding skal ske til Mediesekretariatet Henrik Birkvad på tlf.nr.

33 18 68 54 eller mailadresse: henbir@mediesekretariatet.dk

Informations- og spørgemøde (afholdes i Mediesekretariatet, Vognmagergade 10, 4. sal, 1120 København K.):	9. maj 2008 kl. 13.00
Elektronisk referat på hjemmesiden www.mediesekretariatet.dk fra informations- og spørgemødet:	Anslået til den 13. maj 2008
Sidste frist for spørgsmål og anmodning om supplerende oplysninger:	26. maj 2008
Elektronisk oplægning af spørgsmål og svar på spørgsmål samt eventuelt supplerende oplysninger på www.mediesekretariatet.dk :	30. maj 2008
Frist for afgivelse af tilbud:	10. juni 2008, kl. 12.00
Åbning af tilbud:	10. juni 2008, kl. 12.15
Valg af tilbud:	Anslået til ultimo juni måned 2008
Forventet accept/afslag til tilbudsgivere:	Anslået til ultimo juni måned 2008
Indgåelse/underskrivelse af endelig kontrakt:	Anslået til ultimo juni måned 2008
Offentliggørelse af ordretildelingsbekendtgørelse i EU-tidende:	Anslået til ultimo juni måned 2008

3. Forbehold

Der kan ikke tages forbehold for grundlæggende vilkår eller minimumskrav. Sådanne forbehold vil medføre, at tilbuddet ikke er konditionsmæssigt.

Øvrige forbehold i tilbuddet kan føre til afvisning af tilbudet fra ordregivers side, hvis forbeholdet ikke kan kapitaliseres af ordregiver på tidspunktet for tilbudssammenligningen. Eventuelle forbehold bør være ledsaget af tilbudsgivers skriftlige begrundelser.

Udfyldelse af punkt 2 i kontrakten og Bilag 2 betragtes ikke som forbehold, når dette sker i overensstemmelse med det i kontrakten og bilaget forudsatte.

4. Minimumskrav til indholdet af tilbudet

Afsnit 4.1 og 4.2 beskriver minimumskrav til indholdet af tilbudsgivers tilbud. Samtlige dokumentationskrav og oplysninger skal være indeholdt i tilbudsgivers tilbud for at tilbuddet kan anses som konditionsmæssigt.

Afsnit 4.1 vedrører minimumskrav til tilbudsgivers egnethed. Det er en forudsætning for deltagelse i den videre tilbudsvurdering, at tilbudsgiver opfylder dokumentationskravene og mindstekravene og anses som egnet for at få vurderet sit tilbud efter tildelingskriterierne i afsnit 5.

4.1 Minimumskrav til tilbudsgivers egnethed

Til brug for bedømmelsen af tilbudsgivers personlige forhold og tekniske formåen skal tilbudsgiver som minimum fremsende følgende dokumentation:

1. **Tro- og love erklæring** (vedlagte formular kan udfyldes og vedlægges tilbuddet): En erklæring på tro og love om, hvorvidt tilbudsgiver har opfyldt sine forpligtelser med hensyn til betaling af skatter og afgifter samt betaling af bidrag til sociale sikringsordninger i henhold til retsfor skrifterne i det land, hvor tilbudsgiver er etableret, eller i Danmark, jf. LBK 336 af 13/05/1997.
2. Forelæggelse af en liste over de **betydeligste og lignende tjenesteydelser**, der er udført i løbet af de sidste tre år, gerne med angivelse af tidspunkter samt om muligt offentlige eller private modtagere.
3. Oplysninger om hvor stor en del af kontrakten tjenesteyder eventuelt agter at give i **under-entreprise**.

Følgende mindstekrav bliver lagt til grund for en vurdering af tilbudsgivers egnethed som tilbudsgiver. Tilbudsgivere, som ikke indsender dokumentationen i afsnit 4.1 pkt. 1-3 ovenfor eller ikke opfylder de oplyste mindstekrav i skemaet nedenfor, bliver ikke evalueret efter tildelingskriterierne i afsnit 5 og dermed udelukket fra bedømmelse af tilbuddets øvrige indhold.

Mindstekrav til egnethed hos tilbudsgiver	
Ad punkt 2 og 3	<p>Som mindstekrav kræves:</p> <ul style="list-style-type: none"> <u>at</u> tilbudsgiver har forestået mindst 2 landsdækkende, tværmedielle og adfærdsændrende kampagner, <u>at</u> tilbudsgiver har forestået sekretariatsdrift til understøttelse af en kampagne, <u>at</u> tilbudsgiver har dokumenteret erfaring med "below the line" (BTL) aktiviteter, <u>at</u> tilbudsgiver har erfaring med PR, og <u>at</u> tilbudsgiver har erfaring med medieplanlægning og -indkøb. <p>En tilbudsgiver kan basere sig på andres formåen, men skal i så fald godtgøre, at tilbudsgiver råder over andres ressourcer, f.eks. ved at fremlægge dokumentation for andres forpligtelse i så henseende.</p>

4.1.1 Konsortier og sammenslutninger:

Sammenslutninger/konsortier af virksomheder har mulighed for at byde på opgaven. For så vidt, at en sammenslutning af virksomheder byder på opgaven, skal de påtage sig solidarisk hæftelse, og de skal udpege en fælles befuldmægtiget, der kan tegne sammenslutningens rettigheder og forpligtelser over for Radio- og tv-nævnet og være kontaktperson og sekretariat for sammenslutningen.

Erklæringerne og oplysningerne i afsnit 4.1 skal angives for hver enkelt af de deltagende virksomheder i sammenslutningen/konsortiet af tjenesteydere.

4.2 **Minimumskrav til øvrig lovpligtig dokumentation:**

Tilbudsgiveren skal i forbindelse med afgivelsen af sit tilbud erklære, at tilbudsgiver har taget hensyn til de forpligtelser, der gælder i henhold til bestemmelserne om beskyttelse på arbejdspladsen og om arbejdsforhold i øvrigt på det sted, hvor ydelsen skal præsteres, jf. artikel 27, stk. 2, i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv nr. 2004/18/EF af 31. marts 2004, som er obligatorisk i Danmark ved § 4 i LBK nr. 937 af 16. september 2004 med senere ændringer. (Vedlagte formular kan udfyldes og vedlægges tilbuddet).

5. **Tildelingskriterier**

Tildelingskriteriet er ”det økonomisk mest fordelagtige tilbud” med underkriterier, jf. pkt. 5.1.

5.1 **Underkriterier**

Der anvendes følgende Underkriterier og vægtninger:

Underkriterium:	Vægtning:
1. Tilbudte KPI'ere og risikodeling	40 %
2. Kvalitet af den tilbudte løsning	25 %
3. Kvalifikationer hos de til opgaven allokerede medarbejdere.	20 %
4. Pris (det samlede faste honorar indgår i evalueringen)	15 %

Kriterierne er angivet i prioriteret rækkefølge, og procentsatserne angiver underkriteriernes relative vægt i tilbudsevalueringen.

5.2 **Tildeling af ordren**

Kontrakten tildeles den tilbudsgiver, der efter evalueringen har afgivet det økonomisk mest fordelagtige tilbud bedømt efter underkriterierne i afsnit 5.1 og som uddybet i afsnit 5.3.

5.3 Tilbuddets indhold og vurdering heraf

I nærværende afsnit er angivet, hvilke oplysninger og dokumentation tilbuddet bør indeholde, ligesom det er angivet, hvorledes tilbuddets indhold vil blive bedømt i forhold til de i afsnit 5.1 angivne underkriterier.

5.3.1 Tilbudte KPI'ere og risikodeling (underkriteriet vægter 40 %):

Vurderingen af dette underkriterium vil ske ved en vurdering, der tager udgangspunkt i det af tilbudsgiver udfyldte skema i bilag 2 sammenholdt med det i tilbuddet anførte om niveau og udvikling af KPI'ere (Læs uddybning af KPI'ere og vejledning i kravspecifikation, bilag 1).

Radio- og tv-nævnet vil under bedømmelsen af de udfyldte KPI'ere i skemaet i bilag 2 vægte følgende:

- 1) Højest gennemsnitligt niveau på KPI'erne i alle skæringstidspunkter
- 2) Realisme og effektivitet i niveau og udvikling af KPI'erne
 - a. Realisme refererer til en udvikling, der er troværdig. Det er eksempelvis ikke troværdigt med en meget høj konverteringsprocent i det første skæringspunkt. KPI-niveauerne og deres udvikling skal afspejle løsningsforslaget. Andre tilsvarende kampagner samt udviklingen i lande, der har gennemgået analog slukning, kan også være retningsgivende for vurdering af realismen i udviklingen.
 - b. Effektivitet bygger på, at kampagnemidlerne disponeres mest hensigtsmæssigt. Det kan eksempelvis være, at der ikke skal opbygges en awareness på 100 % i første skæringspunkt.
- 3) Højest mulig vægtning af KPI G og H i sidste skæringstidspunkt
 - a. Det ønskes, at de egentlige konverteringsmål vægtes højest muligt i skæringstidspunktet den 31. oktober 2009.
- 4) Størst mulig resultathonorar senest i kampagnen
 - a. De sidste skæringstidspunkter anses som værende kritiske i forhold til at indfri kampagnemålsætningerne. Derfor ønskes tilsvarende en størst mulig procentuel del af resultathonoreringen i de sidste skæringstidspunkter.

5.3.2 Kvalitet af den tilbudte løsning (underkriteriet vægter 25 %):

Vurderingen af dette underkriterium vil ske ved en vurdering, der tager udgangspunkt i tilbudsgivers tilbud indeholdende en kampagneplan, kampagnemåling og kvalitetssikring samt et projektgrundlag:

A) Kampagneplan:

Tilbudsgiver skal i sit tilbud udarbejde et forslag til en kampagneplan med tilhørende medieplan. Kampagneplanen skal understøtte alle fem strategiske målsætninger for kampagnearbejdet. Følgende punkter bør som minimum indgå i kampagneplanen:

- a. Forslag til hvordan man målrettet vil arbejde tæt på de mest udsatte segmenter i alle konverteringsfaser¹.
- b. Forslag til hvordan de indirekte målgrupper aktiveres, så der skabes en bred involvering og aktivering inden for målgruppernes interessentbillede².
- c. Forslag til hvordan man ønsker at opbygge et bredt samfundsansvar omkring konverteringen.
- d. Forslag til hvordan kommunikationen til institutioner tilrettelægges over for både ansvarlige og brugere, således at de højest prioriterede segmenter kan konverteres.
- e. Forslag til hjemmeside med overordnet beskrivelse af funktionalitet og arkitektur.
- f. Tilbudsgiver skal som del af kampagneplanen fremlægge en konceptuel beskrivelse af kampagneindholdet. Der ønskes ikke udarbejdet egentligt visuelt kreativt materiale.
- g. Der skal etableres et kampagnesekretariat. Kampagnesekretariatet forventes at skulle opretholdes i hele 2009. I perioden fra november til december 2009 skal sekretariatet varetage den eventuelt manglende konvertering samt overdrage sekretariatsfunktioner til andre aktører.

Sekretariatet skal varetage følgende, som skal beskrives i tilbuddet:

- Udvikling og eksekvering af PR-strategi:
 - Herunder proaktiv og reaktiv håndtering af presse (lokal og national), læserbreve og debat, sikring af positiv omtale og vinkling samt involvering af politikere og andre budskabsbærere, som anses som betydningsfulde ambassadører. Endelig skal tilbudsgiver som minimum stille med en person, som kan være gennemgående kampagneansigt i pressen.
- Kontaktfunktion:
 - Kampagnesekretariatet skal varetage en kontaktfunktion, hvor målgruppen har et sted at hente personlig, kompetent og uvildig rådgivning. Det skal være let at kontakte sekretariatet (tilgængeligt), der er skaleret til at kunne svare effektivt på henvendelser³.

¹ Det står tilbudsgiver frit for, hvorvidt man ønsker at videreformidle kampagnemidler til organisationer, der kan bidrage til at indfri målsætningerne.

² Se figur 7 i Kravspecifikationen i bilag 1.

³ Call-center delen af kampagnecentret kan eventuelt etableres i samarbejde med DIGI-TV og den kommende gatekeeper, der begge er eller vil blive underlagt tilsvarende krav (se Kravspecifikation bilag 1 afsnit 4.4 om DIGI-TV).

- Kontaktfunktionen skal beskrives herunder faglige kompetencer, etableringsdato, tilgængelighed, henvendelsesformer, svartider, etc.

Radio- og tv-nævnet lægger vægt på følgende områder i evalueringen af underkriteriet ”Kvalitet af den tilbudte løsning”:

Aktiviteterne i kampagne- og medieplanen evalueres ud fra evnen til at realisere de strategiske målsætninger samt effektiviteten i brugen af kampagnemidler til opnåelse af dette. Her vægtes iderigdommen i konceptuelle overvejelser, valg af løsninger, medieplanlægning, website og below the line aktiviteter samt løsningen til etablering og drift af kampagnesekretariat og tilhørende tilgængelig og effektiv kontaktfunktion. Der evalueres således både på kampagneplanens bredde, dybde og effektivitet.

B) Kampagnemåling og kvalitetssikring:

- Tilbudsgiver skal i sit tilbud beskrive en model for, hvordan målinger på KPI’erne udvikles, gennemføres og rapporteres sagligt, repræsentativt, uafhængigt og uvildigt på alle KPI’erne i alle skæringspunkter.
- Tilbudsgiver skal i sit tilbud tillige beskrive, hvordan man kvalitetssikrer brugen af kampagnebrandet og overordnede kampagnebudskaber. Da kampagnen har en stærk offentlig reference, skal tilbudsgiver kunne dokumentere en forsvarlig brug af brand og budskaber.

Radio- og tv-nævnet lægger vægt på følgende områder i evalueringen af underkriteriet ”Kvalitet af den tilbudte løsning”:

Kampagnemåling vurderes ud fra evnen til at etablere en faglig stærk målingfunktion samt sikring af, at målingerne fortages sagligt, repræsentativt, uafhængigt og uvildigt. Varetagelse af kampagnebrand vurderes på baggrund af tilbudsgivers evne til at beskrive, hvordan man kan arbejde selvstændigt med brandet og samtidig varetage hensynet til afsenderen.

C) Projektgrundlag:

- Tilbudsgiver skal i forlængelse af kampagneplanen i sit tilbud opstille et detaljeret projektgrundlag indeholdende tids- og aktivitetsplan fra påbegyndelsen af projektet til den analoge slukning den 31. oktober 2009 og videre til overdragelsen den 31. december 2009. Projektgrundlaget skal indeholde milepæle og beskrive løbende leverancer.
- Projektgrundlaget skal endvidere indeholde en risikoanalyse, der identificerer risici, deres påvirkning af mål og KPI’ere, varselsindikatorer, samt hvilke aktiviteter der tænkes iværksat, såfremt risiciene indtræffer, og udviklingen i KPI’ere ikke forløber som tilsigtet.

- Beskrivelsen af aktiviteter for manglende KPI-opfyldelse skal være detaljeret, idet de pågældende aktiviteter ud fra deres beskrivelse skal være egnede til at blive iværksat ved manglende KPI-opfyldelse.
- Desuden skal tilbudet indeholde en nødplan for, hvordan tilbudsgiver – hvis det viser sig nødvendigt - påtænker at håndtere den del af målgruppen, der ikke har konverteret per 31. oktober 2009.
- Endelig skal projektgrundlaget beskrive, hvordan opgaveløsningen tænkes organiseret inden for de i bilag 1 angivne rammer.

Radio- og tv-nævnet lægger vægt på følgende områder i evalueringen af underkriteriet ”

Kvalitet af den tilbudte løsning”:

Projektgrundlaget vurderes på baggrund af sammenhæng mellem aktiviteter i forhold til kampagnemål og KPI'ere og kampagneplan. Derudover indgår evnen til overbevisende at arbejde med risici og nødplaner og beskrivelse af, hvordan disse undgås og håndteres operationelt.

5.3.3 Kvalifikationer hos de til opgaven allokerede medarbejdere (underkriteriet vægter 20 %):

Tilbudsgivers tilbud skal indeholde en beskrivelse af de faglige kvalifikationer hos de tilbudte medarbejdere herunder særligt den tilbudte projektleder, som skal udføre kampagneindsatsen gennem hele kontraktperioden.

Vurderingen af dette underkriterium vil ske ved en vurdering, der tager udgangspunkt i tilbudsgivers tilbud indeholdende de pågældende medarbejders CV samt en beskrivelse af, hvilken rolle medarbejderne vil have ved gennemførelsen af informationsindsatsen.

A) Curriculum Vitae (CV'ere):

- Tilbudsgiver skal i sit tilbud vedlægge CV'ere for samtlige kernemedarbejdere og projektlederen, som indgår i udførelsen af kampagneindsatsen. CV'er fra kernemedarbejdere hos eventuelle underleverandører skal også vedlægges.

B) Beskrivelse af, hvilken rolle de konkrete medarbejderkvalifikationer vil have ved gennemførelsen af informationsindsatsen:

- Tilbudsgiver skal i sit tilbud beskrive, hvordan de konkrete kvalifikationer hos projektlederen og kernemedarbejderne anvendes til at gennemføre aktiviteterne i informationsindsatsen.

Radio- og tv-nævnet lægger vægt på følgende områder i evalueringen af underkriteriet

”Kvalifikationer hos de til opgaven allokerede medarbejdere”:

I vurderingen af faglig relevans af tilbudte medarbejdere i forhold til den udbudte opgave vurderes projektlederens erfaring og kvalifikationer til at arbejde med komplekse kommunikationsopgaver af politisk karakter med mange interessenter og medier/kanaler involveret samt dokumenteret evne til at skabe adfærdsændrende kommunikation. Derudover indgår alle projektmedarbejders faglige evne til at levere kompetent og effektivt på de beskrevne faglige ansvarsområder og tilhørende aktiviteter.

5.3.4 Pris (det samlede faste honorar indgår i evalueringen) (underkriteriet vægter 15 %):

Tilbudsgiver skal i sit tilbud angive ét samlet fast honorar (opdelt på vederlag, jf. afsnit 5.3.4.1 og eksterne omkostninger, jf. afsnit 5.3.4.2).

Honoraret skal være i DKK ekskl. moms.

Som anført i udbudsbekendtgørelsen er der afsat et samlet budgetmaximum på DKK 48 mio. eks. moms. Heraf er DKK 2 mio. eks. moms afsat til bonus, jf. bilag 2. Det er et minimumskrav, at tilbudsgivers samlede faste honorar således ikke overstiger budgetmaximum på DKK 46 mio. eks. moms.

5.3.4.1 *Vederlag og bonus:*

Tilbudsgiver skal i sit tilbud afgive et samlet vederlag opdelt på tre delvederlag, som knytter sig til de tre skæringspunkter den 31. december 2008, 31. juli 2009 og 31. oktober 2009. Tilbudsgiver udfylder skemaet vedrørende KPI'er i bilag 2 med angivelse af vederlag for hver enkelt skæringspunkt.

Vederlaget betales og reguleres som angivet i kontrakten og i kravspecifikationen i bilag 1.

Vederlaget omfatter alle udgifter forbundet med udførelse af informationsindsatsen, som ikke er specificerede som eksterne omkostninger, jf. afsnit 5.3.4.2. Det skal således fremgå af pristilbuddet, hvor stor en andel af honoraret, der vedrører vederlag, og hvor stor en andel, der vedrører eksterne omkostninger.

Tilbudsgiver skal herudover særskilt prissætte egne projektfaser som konceptudvikling, kreativt arbejde, kreativ færdiggørelse, produktion, projektledelse og andre praktiske ledsagefunktioner i tilknytning til informationsindsatsen, herunder f.eks. udgifter til etablering og drift af kampagnesekretariat, kontaktfunktion og hjemmeside.

Det samlede beløb og udregning (timetal x (timesats+overhead)) for hver enkelt projektmedarbejder (inklusive medarbejdere hos underleverandører) skal oplyses.

Det skal tillige fremgå, hvor mange timer hver enkelt medarbejder (inklusive medarbejdere hos underleverandører) påtænkes at bruge til gennemførelse af hver enkelt aktivitet.

5.3.4.2 Eksterne omkostninger

Tilbudsgiver skal særskilt i tilbuddet angive eksterne omkostninger til dækning af medieindrykninger, tryk, KPI-målinger, distribution og til kampagnesekretariatets kontaktfunktion. Andre omkostningstyper accepteres ikke som eksterne omkostninger.

Alle eksterne omkostninger skal specificeres særskilt.

Eksterne omkostninger betales som angivet i kontrakten og i kravspecifikationen i bilag 1.

6. Afgivelse og aflevering af tilbud

6.1 Informations- og spørgemøde

Der vil blive afholdt informations- og spørgemøde for interesserede tilbudsgivere i Mediesekretariatet **d. 9. maj 2008 kl. 13.00**, på adressen:

Mediesekretariatet
Vognmagergade 55, 1.
1120 København K.

Tilmelding sker til Henrik Birkvad på mailadresse: henbir@mediesekretariatet.dk eller telefonnummer 33 18 68 54 senest den 8. maj 2008.

6.2 Frist for spørgsmål og anmodning om supplerende oplysninger

Spørgsmål til udbudsmaterialet og anmodninger om supplerende oplysninger skal være Radio- og tv-nævnet i hænde senest **den 26. maj 2008**. Henvendelser, der modtages efter denne frist, kan ikke forventes besvaret.

Spørgsmål og anmodning om supplerende oplysninger skal sendes til Mediesekretariatet på adressen:

Mediesekretariatet
Vognmagergade 10, 1.
1120 København K.

Radio- og tv-nævnet vil **senest den 30. maj 2008** lægge svar på spørgsmål og eventuelt supplerende oplysninger på www.mediesekretariatet.dk. De spørgsmål og svar, som blev offentliggjort i det annullerede tilbud, er fortsat offentligt tilgængelige på hjemmesiden.

Besvarelsen vil sikre spørgeres anonymitet.

6.3 Tilbudsfrist, aflevering og mærkning af tilbud

Tilbud skal være Mediesekretariatet i hænde **senest tirsdag, den 10. juni 2008, kl. 12.00** på adressen:

Mediesekretariatet
Vognmagergade 10, 1.
1120 København K.

Tilbud, der modtages efter tilbudsfristens udløb, vil blive returneret uåbnet.

Tilbud kan ikke afgives elektronisk eller via telex og telefax.

Tilbud bedes mærket **“TILBUD - informationsindsats om analogt stop”**.

Mediesekretariatet ser gerne, at tilbudsgivere, der afgav tilbud under det tidligere, nu annullerede udbud, ændringsmarkerer, hvilke ændringer tilbudsgiver har foretaget i det afgivne tilbud set i forhold til det tilbud, tilbudsgiver afgav under det annullerede udbud. Ændringsmarkeringen kan evt. laves ved, at tilbudsgiver vedlægger sit tilbud en oversigt over hvilke ændringer, der er foretaget.

6.4 Acceptfrist for tilbud

Tilbud skal være gældende for accept i en periode på 90 dage fra tilbudsfristen.

6.5 Åbning af tilbud

De tilbud, der er modtaget rettidigt, vil blive åbnet umiddelbart efter tilbudsfristens udløb.

Tilbudsgiverne har ikke adgang til at overvære åbningen.

Tilbud bedes afgivet i et originalt eksemplar med fem papirkopier samt et eksemplar af tilbuddet på cd-rom.

6.6 Sprog

Tilbud skal være affattet på dansk, men baggrundsmaterialer m.v. kan være på engelsk.

7. Øvrige udbudsvilkår

7.1 Alternative tilbud

Tilbudsgiver har ikke adgang til at afgive alternative tilbud.

7.2 Annullation

Radio- og tv-nævnet forbeholder sig ret til at annullere udbuddet, såfremt der foreligger en saglig begrundelse for at annullere. En evt. annullation vil blive ledsaget af et brev til alle tilbudsgiverne indeholdende årsagen til annullationen.

7.3 Omkostninger ved deltagelse

Deltagelse i udbudsforretningen sker for tilbudsgivers egen regning og risiko, og omkostninger, som en tilbudsgiver måtte afholde som følge af deltagelse i udbudsforretningen, er Radio- og tv-nævnet uvedkommende.

7.4 Rettigheder til udbudsmaterialet

Radio- og tv-nævnet har vedblivende enhver rettighed, herunder ophavsret og ejendomsret, til udbudsmaterialet og oplysninger, der i øvrigt afgives i forbindelse med udbudsforretningen. Tilbudde-
ne vil blive behandlet fortroligt inden for de rammer, som offentlighedslovgivningen tillader.

7.5 Oplysninger mv. om skat, miljøbeskyttelse og arbejdsmiljø

Nedenfor er angivet adresse, internetadresse og telefonnummer mv. for de relevante statslige tjenester, hvor tilbudsgiverne kan indhente oplysninger om 1) skatter, 2) miljøbeskyttelse og 3) sikkerhed på arbejdspladsen samt arbejdsvilkår i Danmark.

- 1) Skat, Hovedcentret
Østbanegade 123
2100 København Ø

Telefon: +45 72 22 18 18
Telefax: + 45 72 37 90 01
E-mailadresse: skat@skat.dk
Internetadresse: www.skat.dk

- 2) Miljøstyrelsen
Strandgade 29
1401 København K
Telefon: +45 32 66 01 00
Telefax: +45 32 66 04 79
E-mailadresse: mst@mst.dk
Internetadresse: www.mst.dk

- 3) Arbejdstilsynet
Landskronagade 33
2100 København Ø
Telefon: +45 70 12 12 88
Telefax: +45 70 12 12 89
E-mailadresse: at@at.dk
Internetadresse: www.at.dk

Radio- og tv-nævnet stiller ikke særlige krav til arbejdsmiljøet i forbindelse med de udbudte ydelser, jf. bekendtgørelse nr. 1109 af 17. december 2001 om pligter efter lov om arbejdsmiljø i forbindelse med udbud af tjenesteydelser.

8. Disposition af tilbud (tjekliste)

Tilbudsgiver bør i sit tilbud følge denne disposition, som også virker som tjekliste:

1. Underskrevet og dateret tilbuds-brev.
2. Egnethedsvurdering (følg rækkefølgen i afsnit 4.1):
 - Underskreven tro- og love erklæring om gæld til det offentlige (vedlagte formular kan udfyldes og vedlægges tilbuddet).
 - Referencer
 - Oplysninger om eventuel underentreprise
3. Erklæring om beskyttelse på arbejdspladsen m.v. (vedlagte formular kan udfyldes og vedlægges tilbuddet)
4. Kampagneplan (følg indholdskravene og rækkefølgen i afsnit 5.3.2))
5. Kampagnemåling og kvalitetssikring (følg indholdskravene i afsnit 5.3.2))

6. Projektgrundlag (følg indholdskravene i afsnit 5.3.2))
7. Niveauudvikling og vægtning af Key Performance Indikator (KPI) samt vederlag fordelt på tre skæringstidspunkter (følg indholdskravene i afsnit 5.3.1)

Udfyldt skema i bilag 2 vedlagt tilbuddet.

8. Kvalifikationer hos de til opgaven allokerede medarbejdere (følg indholdskravene i afsnit 5.3.4)

Beskrivelse af, hvordan de konkrete medarbejderkvalifikationer tænkes ind i gennemførelsen af informationsindsatsen.

9. Det økonomiske tilbud/prisen (følg indholdskravene i afsnit 5.3.4)

Samlet fast honorar excl. moms for hele opgaven (opdelt på vederlag og eksterne omkostninger).

Prissættelse af projektfaser, omkostningstyper og aktiviteter

Det samlede beløb og udregning for hver projektmedarbejder

Medarbejdertimer til hver enkelt aktivitet.

Pristilbud opdelt i tre delvederlag.

10. Evt. forbehold

Bilag 1:

Vedlagte kravspecifikation benævnt: Kravspecifikation til udbudsbetingelserne i forbindelse med EU-udbud af informationsindsats om analogt stop fra den 21. november 2007 er elektronisk vedlagt på hjemmesiden www.mediasekretariatet.dk.

Bilag 2:

Skema vedrørende KPI'er er vedlagt i elektronisk format på www.mediasekretariatet.dk.

Skemaet skal udfyldes og vedlægges tilbuddet.

Bilag 3:

Vejledning til udarbejdelse af bilag 3 fremgår af nærværende udbudsbetingelser.

Øvrige bilag:

Tro- og loveerklæring er vedlagt i elektronisk format på www.mediasekretariatet.dk.

Indeholder også erklæring vedrørende hensyn til de forpligtigelser, der gælder i henhold til bestemmelserne om beskyttelse på arbejdspladsen og om arbejdsforhold i øvrigt på det sted, hvor ydelsen skal præsteres, jf. artikel 27, stk. 2 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv nr. 2004/18/EF af 31. marts 2004, som er obligatorisk i Danmark ved § 4 i LBK nr. 937 af 16. september 2004 med senere ændringer.

Er vedlagt på hjemmesiden www.mediasekretariatet.dk.

Formularen kan benyttes til afgivelse af de krævede erklæringer.