

ΕΚΘΕΣΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

1. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1.1 Στοιχεία διαγωνισμού

Αριθμός διαγωνισμού: ΥΦΥΝ 10/2020

Τίτλος διαγωνισμού: **Διαγωνισμός για την για την αγορά υπηρεσιών σε θέματα Επικοινωνιακής Στρατηγικής και υπηρεσιών ψηφιακού μάρκετινγκ (Digital Marketing)**

Προϋπολογισμός:	€76.000 συν ΦΠΑ	Αναθέτουσα Αρχή:	Υφυπουργείο Ναυτιλίας
Είδος Διαδικασίας:	Συνοπτική διαδικασία βάσει του άρθρου 90(1)(γ) του Ν.73(Ι)/2016 με κριτήριο ανάθεσης την πλέον συμφέρουσα από οικονομική άποψη προσφορά βάσει τιμής.		

Ημερομηνία προκήρυξης:	03 – 12 – 2020	Ημερομηνία λήξης προθεσμίας υποβολής προσφορών:	23 – 12 – 2020
---------------------------	----------------	--	----------------

1.2 Όργανο Αξιολόγησης

Απόφαση συγκρότησης
Αρμοδίου Οργάνου: Επιτροπή Αξιολόγησης - Επιστολή Γενικού
Διευθυντή ΥΦΥΝ ημερομηνίας 16 – 12 – 2020

Συντονιστής Αρμοδίου Οργάνου:	Ζωή Ανδρέου, Λειτουργός Εμπορικής Ναυτιλίας, Ειδικών Καθηκόντων ΥΦΥΝ
Μέλος Αρμοδίου Οργάνου:	Χρύσω Δημητρίου Ανώτερη Λειτουργός Εμπορικής Ναυτιλίας, ΥΦΥΝ
	Έβελυν Μορίδου, Λειτουργός Εμπορικής Ναυτιλίας Α', Ειδικών Καθηκόντων ΥΦΥΝ

— Οι σχετικές Δηλώσεις που υπέγραψαν τα μέλη της επιτροπής αξιολόγησης επισυνάπτονται.

1.3 Διαδικασία διενέργειας διαγωνισμού

Για τον διαγωνισμό είχε προηγηθεί διαδικασία παρουσίασης προκαταρκτικών προτάσεων από τους ενδιαφερόμενους οικονομικούς φορείς, με σκοπό η διαδικασία να περιοριστεί σε μικρότερο αριθμό ενδιαφερομένων, βάσει των προνοιών που παρέχονται από το Νόμο. Κατά την διάρκεια των παρουσιάσεων είχαν γίνει αρκετά καλές παρουσιάσεις από τους ενδιαφερόμενους οικονομικούς φορείς που κρίθηκαν αρκετά ενδιαφέρουσες, όπου για καλύτερη λήψη περισσότερων ποιοτικών προσφορών και για διασφάλιση του ανταγωνισμού, αποφασίστηκε όπως οι όροι του διαγωνισμού σταλούν σε όλους τους ενδιαφερόμενους οικονομικούς φορείς και η διαδικασία θα ακολουθηθεί ως τα έγγραφα του διαγωνισμού.

1.4 Υποβληθείσες προσφορές

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑ
1	Red Wolf Digital Group Ltd
2	FWM Financial Media Way Ltd
3	120 Events & Integrated Marketing Ltd
4	Cubik – S Communications Ltd – Giraffes in the Kitchen
5	MC Digital Media Ltd
6	Avaton Communications Ltd

— Συνημμένα υποβάλλεται το Πρακτικό Ανοίγματος Προσφορών.

Σημειώνεται ότι τα έντυπα του διαγωνισμού είχαν σταλεί και στις πιο κάτω εταιρείες, οι οποίες επέδειξε ενδιαφέρον και συμμετείχαν στην αρχική διαδικασία παρουσίασης

των προσφορών τους, οπότε και τους στάληκαν τα έγγραφα του διαγωνισμού, ωστόσο δεν υπέβαλαν προσφορά:

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΜΕΝΟΥ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΦΟΡΕΑ
1.	Action Global Communications
2.	Gnora Communications
3.	Opium Works Ltd
4.	Partners VMLY&R (L&T Partners Communication Services Ltd)
5.	WEBARTS
6.	Blend Digital Agency
7.	Michael Mavrikios productions ltd

2. ΕΚΘΕΣΗ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ

2.1 Συναντήσεις

A/A	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΩΡΑ	ΤΟΠΟΣ	ΘΕΜΑ
1	11/01/2021	11:300	<i>Αίθουσα συνεδριάσεων, 2^{ος} όροφος Κεντρικά Κτίρια ΥΦΥΝ</i>	Έλεγχος προϋποθέσεων συμμετοχής και & Αξιολόγηση Τεχνικής Προσφοράς

Συνημμένα υποβάλλονται τα Πρακτικά της παραπάνω συνάντησης.

2.2 Προκαταρκτική εξέταση πληρότητας προσφορών

Για την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της προκαταρκτικής εξέτασης πληρότητας των προσφορών που υποβλήθηκαν, σχεδιάστηκε και συμπληρώθηκε ο σχετικός Πίνακας που ακολουθεί:

ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΕΓΓΡΑΦΩΝ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΥ	ΠΛΗΡΩΣΗ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ					
	1/6	2/6	3/6	4/6	5/6	6/6
ΤΡΟΠΟΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ	√	√	√	√	√	√
ΔΙΑΚΡΙΤΟΙ ΦΑΚΕΛΟΙ	√	√	√	√	√	√
ΣΗΜΑΝΣΗ ΦΑΚΕΛΟΥ/ΥΠΟΦΑΚΕΛΩΝ	√	√	√	√	√	√
1 ΠΡΩΤΟΤΥΠΟ ΚΑΙ 3 ΑΝΤΙΓΡΑΦΑ	√	√	√	√	√	X
ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ	√	√	√	√	√	√

Οι προσφέροντες πληρούν τις πιο πάνω απαιτήσεις.

2.3 Έλεγχος Προϋποθέσεων Συμμετοχής

Για τον έλεγχο των προϋποθέσεων συμμετοχής εξετάστηκε το έντυπο 2 – βιογραφικό σημείωμα των προτεινόμενων βασικών στελεχών της Ομάδας Έργου των καθηκόντων των μελών της, σχεδιάστηκε και συμπληρώθηκε ο σχετικός Πίνακας που ακολουθεί:

	ΕΛΕΓΧΟΣ ΟΜΑΔΑΣ ΕΡΓΟΥ					
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΕΓΓΡΑΦΩΝ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΥ	ΠΛΗΡΩΣΗ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ					
	1/6	2/6	3/6	4/6	5/6	6/6
ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΡΟΣΟΝΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΟΜΑΔΑΣ ΕΡΓΟΥ (Έντυπο 2)	√	X	√	X	√	√

Από τον έλεγχο που διενεργήθηκε έχει προκύψει ότι οι προσφέροντες 1, 3, 5 και 6 έχουν υποβάλει συμπληρωμένο το Έντυπο 2 σχετικά με την Ομάδα Έργου και πληρούνται τα προσόντα όπως καθορίστηκαν στις προϋποθέσεις συμμετοχής. Για τους προσφέροντες 2 και 4 διαπιστώθηκε ότι δεν πληρούνταν οι προϋποθέσεις συμμετοχής για το βασικό εμπειρογνώμονα 1 – Υπεύθυνο του Έργου, αφού αυτοί δεν κατείχαν τα απαραίτητα προσόντα και συγκεκριμένα το Πτυχίο ή Δίπλωμα σε ένα από τους ακόλουθους τομείς: Marketing, Communications, Δημοσιογραφία, Social Media, σύμφωνα με την προκήρυξη του διαγωνισμού, οπότε και οι υποβληθείσες προτάσεις δεν αξιολογήθηκαν στο επόμενο στάδιο.

3. ΕΚΘΕΣΗ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

3.1 Γενική αξιολόγηση τεχνικών προσφορών

Το Έντυπο Τεχνικής Προσφοράς (Έντυπο 1) ελέγχθηκε και διαπιστώθηκε ότι αυτό υποβλήθηκε δεόντως συμπληρωμένο και υπογραμμένο από όλους τους προσφέροντες.

Για τον έλεγχο των υποβληθέντων εντύπων των τεχνικών προφορών έγινε σύμφωνα με την πιο κάτω λίστα ελέγχου:

ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΕΓΓΡΑΦΩΝ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΥ	ΕΛΕΓΧΟΣ ΕΝΤΥΠΩΝ ΚΑΙ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ			
	1/6	3/6	5/6	6/6
ΕΛΕΓΧΟΣ ΕΝΤΥΠΩΝ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ (Έντυπο 1)	√	√	√	√
ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ – ΕΝΟΤΗΤΑ Α	√	√	√	√

Όλοι οι προσφέροντες υπέβαλαν Τεχνική Προσφορά που ανταποκρίνονταν στους όρους του διαγωνισμού και περιλάμβανε όλα τα απαιτούμενα στοιχεία. Σύμφωνα με τους όρους προσφοράς, η Τεχνική Προσφορά θα πρέπει να περιλαμβάνει:

Αντίληψη και τη Μεθοδολογία Εκτέλεσης του Αντικειμένου της Σύμβασης

(α) Συνοπτική περιγραφή του τρόπου προσέγγισης του Αντικειμένου της Σύμβασης, που να αποδεικνύει κατανόηση σχετικά με:

- τις απαιτήσεις της Σύμβασης
- τα κρίσιμα θέματα που σχετίζονται με την επίτευξη των στόχων
- τους κινδύνους και τις προϋποθέσεις που είναι δυνατό να επηρεάσουν την ομαλή υλοποίηση του

(β) Περιγραφή των Πλάνων Στρατηγικής:

Προτεινόμενο Πλάνο Επικοινωνιακής Στρατηγικής (vision plan), μέσα από το οποίο θα επεξηγούνται αναλυτικά οι ενέργειες στις οποίες θα προβεί η εταιρεία, οι προτεινόμενες δράσεις καθώς και τα εργαλεία που θα χρησιμοποιηθούν για την

εφαρμογή του πλάνου, προσδιορισμός και περιγραφή παραδοτέων, καθώς και παράθεση σχετικών χρονοδιαγραμμάτων.

Τα μέλη της Ε.Α. αφού μελέτησαν πολύ προσεκτικά και ανέλυσαν όλα τα παραδοτέα της Τεχνικής Προσφοράς κάθε προσφέροντα και συζήτησαν διεξοδικά για τα σημεία που υπερτερεί και υστερεί κάθε προσφορά.

Αξιολόγηση των υποβληθέντων προσφορών:

Προσφέροντας 1 – Red Wolf Digital Group Ltd

Υπέβαλε αρκετά καλή μεθοδολογία προσέγγισης του αντικειμένου της σύμβασης, με ικανοποιητική ανάλυση του αντικειμένου της σύμβασης, τους στόχους επικοινωνίας με ανάδειξη των προτεραιοτήτων του Υφυπουργείου, με εκτενή αναφορά στο πλάνο ενεργειών. Αναλύονται οι τρεις βασικοί άξονες στρατηγικής του προγράμματος επικοινωνίας, με εκτενή αναφορά του κοινού που πρέπει να επικεντρωθεί η νέα επικοινωνιακή στρατηγική.

Αναφορικά με το πλάνο επικοινωνιακής στρατηγικής αναφέρθηκαν οι ενέργειες που θα υλοποιηθούν και τα παραδοτέα. Στα πλαίσια της ανάλυσης παρουσιάστηκε SWOT Ανάλυση, όπου τονίστηκαν οι δυνατότητες, οι αδυναμίες, οι ευκαιρίες και οι κίνδυνοι που εμπεριέχονται στην στρατηγική επικοινωνίας. Αναφέρθηκαν οι προτεινόμενες υπηρεσίες προβολής στα MME, στοχευμένη επικοινωνία με τα MME με διαχωρισμό σε τρεις πυλώνες, με συγκεκριμένη θεματολογία συνεντεύξεων και ενέργειες εξωστρέφειας με συγκεκριμένες προτεινόμενες δράσεις εντός του 2021, με παράθεση ενός ενδεικτικού προτεινόμενου χρονοδιαγράμματος των δράσεων εντός του 2021.

Στο πλάνο ψηφιακής τεχνολογίας αναλύονται τα διάφορα στάδια ανάπτυξης και διαχείρισης με αναφορά στις ενέργειες που θα υλοποιηθούν. Σε αυτή την ενότητα αναφέρθηκε η σημερινή κατάσταση παρουσίασης των διαφόρων μέσων κοινωνικής

δικτύωσης (μκδ) και της ιστοσελίδας του Υφυπουργείου με διαπιστώσεις και ανάλυση των αδυναμιών που παρουσιάζουν. Σε αυτό το μέρος παρουσιάζεται σύγκριση του Υφυπουργείου Ναυτιλίας με το Υπουργείο Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής της Ελλάδας και του Υπουργείου Μεταφορών της Μάλτας που είναι υπεύθυνο για την Ναυτιλιακή πολιτική της Μάλτας.

Αναφέρθηκαν οι στόχοι για το 2021 με κοινό στόχο την επίτευξη της αύξησης της επισκεψιμότητας των διαφόρων μκδ με αναφορά στο στοχευμένο κοινό που θα επικεντρωθεί το πλάνο ψηφιακής επικοινωνιακής στρατηγικής. Τέλος αναφέρονται τα προτεινόμενα εργαλεία υλοποίησης της ψηφιακής επικοινωνιακής στρατηγικής τόσο για δημιουργία οπτικοακουστικού περιεχομένου όσο και για την ανάλυση των δεδομένων που προκύπτουν από τις εκστρατείες στα μκδ.

Προσφέροντας 3 – 120 Events & Integrated Marketing Ltd

Υπέβαλε εκτενής και πλήρη περιγραφή και ανάλυση της μεθοδολογίας προσέγγισης του αντικείμενου της σύμβασης και ένα αρκετά λεπτομερές και αναλυτικό χρονοδιάγραμμα δώδεκα μηνών με εισηγήσεις διάφορων καμπανιών με σχεδιασμό, ανάπτυξη και περιεχόμενο, προετοιμασία στρατηγικού πλάνου με πρωτοποριακές ιδέες προώθησης και ανάλυση των εργαλείων που θα χρησιμοποιηθούν. Η εταιρεία δραστηριοποιείται και στις πέντε ηπείρους και σε δυνητικές αγορές για το Υφυπουργείο Ναυτιλίας.

Αναφέρονται οι προτεινόμενοι στόχοι με διαμόρφωση στρατηγικής μάρκετινγκ και επικοινωνιών, διαμόρφωση ψηφιακής στρατηγικής και προσέγγισης, διαχείριση των δημοσίων σχέσεων και περαιτέρω ανάπτυξη του Κυπριακού Νηολογίου.

Στις προτεινόμενες ενέργειες που θα επικεντρωθεί η επικοινωνία στρατηγική όπου όλες οι δραστηριότητες που θα περνούν μέσω διοχετεύσεις μάρκετινγκ με στόχο τη συλλογή στοιχείων για δημιουργία βάσης δεδομένων, τα οποία θα τμηματοποιηθούν για στοχευμένες επικοινωνιακές καμπάνιες μέσω συγκεκριμένων καναλιών. Γίνονται

εισηγήσεις για τους βασικούς πυλώνες επικοινωνίας και προτεινόμενες καμπάνιες βασισμένες σε αυτούς τους πυλώνες, με βασική ιδέα τη δημιουργία και ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του Υφυπουργείου Ναυτιλίας. Αυτό θα επιτευχθεί μέσω των στόχων της καμπάνιας, το που θέλουμε να επικεντρωθούμε και τους τρόπους επίτευξης. Προτείνονται τρεις τύποι καμπάνιας με ζωντανά διαδικτυακά σεμινάρια, συνεντεύξεις, βίντεο, μαρτυρίες πελατών κ.α.

Σκοπός των καμπανιών είναι η εξοικείωση των πελατών του Υφυπουργείου ούτως ώστε να δημιουργηθεί σχέση με την ενεργοποίηση των πελατών, η εκπαίδευση και δημιουργία αξίας, μέσω των μκδ, των μηχανών αναζήτησης και ηλεκτρονικών μηνυμάτων που να στοχεύουν τη βάση δεδομένων.

Στο προτεινόμενο επικοινωνιακό στρατηγικό πλάνο περιλαμβάνονται πρωτοποριακές σχεδιαστικές ιδέες, ανάλυση εργαλείων τόσο για τα μκδ, τα ζωντανά διαδικτυακά σεμινάρια αλλά και τις πραγματικές μαρτυρίες πελατών μας με εισηγήσεις δημιουργίας ούτως ώστε να κτίσουμε σχέσεις εμπιστοσύνης.

Προσφέροντας 5 - MC Digital Media Ltd

Υπέβαλε πολύ καλή περιγραφή και ανάλυση της μεθοδολογίας προσέγγισης του αντικειμένου της σύμβασης με αναφορά στους στόχους της επικοινωνιακής στρατηγικής και ψηφιακού μάρκετινγκ όπου η βασική επιδίωξη είναι η επίτευξη των κύριων στόχων του Υφυπουργείου. Η κατάρτιση και υλοποίηση της ολιστικής στρατηγικής στηρίζεται στις δραστηριότητες του Υφυπουργείου και θα αναδεικνύει την ναυτιλιακή ταυτότητα της Κύπρου και τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της. Η Ομάδα Έργου απαρτίζεται από εμπειρογνώμονες με πολυετή εμπειρία και εξειδίκευση στον τομέα τους.

Περιγράφεται η υφιστάμενη θέση του Υφυπουργείου όπου η προβολή δεν ανταποκρίνεται στο πολύπλευρο και σημαντικό έργο που παράγεται με επιδιωκόμενο στόχο την βελτίωση της υφιστάμενης θέσης, της ενημέρωσης, της

πληροφόρησης και προβολής των δράσεων και της θετικής εικόνας του Υφυπουργείου, καλλιεργώντας ταυτόχρονα τη κουλτούρα της κυπριακής ναυτικής ταυτότητας.

Η ετοιμασία ολοκληρωμένου και αποτελεσματικού Στρατηγικού Σχεδίου Επικοινωνίας που να στηρίζεται στην εξειδικευμένη έρευνα και ανάλυση των δεδομένων και αντιλήψεων των συμμετεχόντων της Κυπριακής Ναυτιλίας και αξιοποίηση των σύγχρονων εργαλείων, αποτελεί το πρώτο βήμα υλοποίησης των στόχων που έχουν τεθεί. Αναλύονται οι θεματικές ενότητες που θα περιλαμβάνει το στρατηγικό σχέδιο επικοινωνίας με αξιολόγηση της υφιστάμενης θέσης (SWAT Analysis), του υφιστάμενου περιβάλλοντος, τα στοχευμένα ακροατήρια, το 20ετές όραμα του Υφυπουργείου, τις προτεινόμενες δράσεις, προγραμματισμός δράσεων και εισηγήσεων, διαδικτυακές καμπάνιες, δημιουργία γραφικών, καινοτόμες προσεγγίσεις, προβολή διεθνών δράσεων, προτάσεων για ενίσχυση του προφίλ και αξιολόγηση.

Αναφέρονται τα εργαλεία επικοινωνίας για την υλοποίησης του στρατηγικού σχεδίου επικοινωνίας όπως η επιμέλεια, προώθηση και προβολή δελτίων τύπου, προετοιμασία συνεντεύξεων, επιμέλεια και προώθηση ομιλιών, εξειδικευμένη αρθρογραφία, ειδικές δράσεις για ναυτιλιακές επετείους, συμβουλευτικές υπηρεσίες για εκδόσεις, ανασκόπηση καθημερινού τύπου, δημιουργία καναλιών επικοινωνίας, προβολή των δράσεων, στόχευση σε συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές, αξιολόγηση και αναβάθμιση της λειτουργίας των mkδ, ψηφιακές καμπάνιες, ενίσχυση και βελτίωση της ψηφιακής ταυτότητας κ.α.

Στα πλαίσια της προσφοράς γίνεται αναφορά σε συγκεκριμένα θέματα αιχμής, στα οποία θα δίνεται βάρος και σε συνδυασμό με την αξιοποίηση των εργαλείων επικοινωνίας και την καθημερινή επαφή με το Υφυπουργείο Ναυτιλίας, δημιουργούνται οι συνθήκες αναβάθμισης της υφιστάμενης θέσης και υποστήριξης των στόχων που έχουν τεθεί τόσο σε μεσοπρόθεσμο όσο και μακροπρόθεσμο επίπεδο.

Προσφέροντας 6 – Avaton Communications Ltd

Υπέβαλε ικανοποιητική περιγραφή και ανάλυση του αντικειμένου της σύμβασης σε δραστηριότητες όπου αναφέρεται η αποτελεσματική υλοποίηση των απαραίτητων δομών διαχείρισης και υλοποίησης του έργου, όπου σημαντικό ρόλο στη χάραξη της στρατηγικής επικοινωνίας αποτελεί η συνδρομή και υποστήριξη από το Υφυπουργείο. Η τεχνογνωσία, οι καταρτισμένοι με γνώσεις και εμπειρία των υπαλλήλων της εταιρείας, η αξιοποίηση εξειδικευμένων εργαλείων επικοινωνίας και προβολής, κατοχυρώνουν την αποτελεσματικότητα του έργου.

Η χάραξη της στρατηγικής επικοινωνίας θα στηριχθεί σε συγκεκριμένη μεθοδολογία με ολοκληρωμένο σύνολο δραστηριοτήτων και εργαλείων για επίτευξη των στόχων και του στοχευμένου κοινού. Η τήρηση προϋποθέσεων όπως καθαρότητα και σαφήνεια στόχων, καταγραφή προτεραιοτήτων, χρήση σταθερών μηνυμάτων και συγκεκριμένων αναφορών, αξιολόγηση και διορθωτικές παρεμβάσεις, αξιοποίηση νέων τεχνολογικών επικοινωνίας και πληροφόρησης.

Η διαμόρφωση ενός αποτελεσματικού επικοινωνιακού προγράμματος ενεργειών δημοσιότητας και προβολής προϋποθέτει την ύπαρξη ξεκάθαρων επικοινωνιακών στόχων όπως η εξασφάλιση της μέγιστης δυνατής προβολής του έργου, των επιτευγμάτων και δραστηριοτήτων του Υφυπουργείου, τεκμηριωμένη πληροφόρηση των δυνητικών χρηστών, διαμόρφωση ενιαίας ταυτότητας για την προβολή των δράσεων του Υφυπουργείου και αποκωδικοποίηση της κυριαρχίας, της διάστασης και διαχρονικής συνεισφοράς της ναυτιλίας. Γίνεται αναφορά στα επικοινωνιακά εργαλεία ούτως ώστε να διασφαλιστεί αποτελεσματικότερη επικοινωνία και προβολή.

Η δημιουργία σφαιρικής εικόνας για τους στόχους, τις επιδιώξεις, τα επιτεύγματα και τις δράσεις του Υφυπουργείου, μετατρέπονται σε «όπλα» για τη χάραξη μια επιτυχημένης στρατηγικής επικοινωνίας. Η προσέγγιση της στρατηγικής περιλαμβάνει δύο άξονες που αφορούν την τρέχουσα στρατηγική που συνδυάζεται με ορατούς και άμεσους στόχους και τη μελλοντική στρατηγική σχεδίαση, που συνδυάζεται με ευρύτερους στόχους βασισμένους στο στρατηγικό όραμα του

Υφυπουργείου Ναυτιλίας. Βασικός στόχος του πλάνου είναι η ενδυνάμωση της προβολής για τη θετική εικόνα, το όραμα, την αποστολή, τον καθοριστικό ρόλο και την προσφορά του Υφυπουργείου, για την εδραίωση της Κύπρου ως ισχυρού ναυτιλιακού κέντρου. Μέρος της στρατηγικής αποτελεί η ανάπτυξη των σχέσεων με τα ΜΜΕ, η παρακολούθηση της επικαιρότητας αλλά και η διαχείριση κρίσεων για έγκαιρη αντιμετώπιση αρνητικών δηλώσεων, τοποθετήσεων και δημοσιευμάτων για εξασφάλιση των απαραίτητων ενεργειών. Παρατίθεται ένα ενδεικτικό και εφαρμόσιμο χρονοδιάγραμμα του έργου που καλύπτει όλες τις προτεινόμενες ενέργειες του έργου.

Οι υπηρεσίες ψηφιακής επικοινωνίας θα ενδυναμώσει την μετάδοση των κύριων μηνυμάτων του Υφυπουργείου Ναυτιλίας, με μεθοδικό και άμεσο τρόπο για αξιοποίηση των ψηφιακών ευκαιριών για στοχευμένη προσέγγιση ανεπτυγμένων χωρών της Ευρώπης και της Ασίας. Μέρος του σχεδιασμού της ψηφιακής στρατηγικής και του πλάνου θα διερευνηθούν οι ενέργειες άλλων ανάλογων οργανισμών και άλλων εξωτερικών παραγόντων.

Ο σχεδιασμός του στρατηγικού πλάνου θα ορίζει το στοχευμένο κοινό και τα κύρια μηνύματα όπως θα προσαρμοστούν στην κάθε διαδικτυακή πλατφόρμα, που να καλύπτει όλες τις επικοινωνιακές δράσεις και τα μέσα που θα αξιοποιηθούν. Απώτερος σκοπός του επικοινωνιακού πλάνου είναι η ανάπτυξη παρουσίας στα μκδ, η ανάπτυξη περιεχομένου στα μκδ με εύστοχο υλικό για διατήρηση στην κορυφή. Η μέγιστη δυνατή προώθηση υλικού θα δώσει ώθηση στην ανάδειξη του Υφυπουργείου, με καταρτισμό μηνιαίου πλάνου και καταγραφή κύριων ενεργειών.

3.2 Παροχή διευκρινίσεων

Για τους υποψηφίους για τους οποίους πληρούνται οι προϋποθέσεις συμμετοχής και προχώρησε η αξιολόγηση της τεχνικής προσφοράς, στις περιπτώσεις που για τα μέλη της προτεινόμενης ομάδας έργου, δεν ήταν εμφανής η διαπίστωση της γνώσης της ελληνικής ή αγγλικής γλώσσας, ζητήθηκε επιπρόσθετες διευκρινήσεις. Όλα τα απαραίτητα πιστοποιητικά στάλθηκαν έγκαιρα και συνάδουν με τα υποβληθέντα

βιογραφικά σημειώματα και η κατοχή τους προϋπήρχε πριν την υποβολή των προσφορών τους.

3.3 Βαθμολόγηση Τεχνικών Προσφορών

Η βαθμολογία έγινε βάση των πιο κάτω κριτηρίων και συντελεστών βαρύτητας:

Κριτήρια Αξιολόγησης	Συντελεστής βαρύτητας (%)
A. Πλάνο Επικοινωνιακής Στρατηγικής	45%
<ul style="list-style-type: none"> • Δομή και φάσμα προτεινόμενων δραστηριοτήτων (π.χ. άρθρα, ημερίδες, εκδηλώσεις, συνεντεύξεις) (50%) 	
<ul style="list-style-type: none"> • Καινοτόμες και πρωτοποριακές ιδέες επικοινωνιακής στρατηγικής, οι οποίες να καλύπτουν τους επικοινωνιακούς στόχους του ΥΦΥΝ / Αναλυτική περιγραφή των δράσεων (50%) 	
B. Πλάνο Ψηφιακής Στρατηγικής	
<ul style="list-style-type: none"> • Δομή και φάσμα της ψηφιακής καμπάνιας στην Κύπρο και στο Εξωτερικό. Αναλυτική περιγραφή του τι θα περιλαμβάνει και σε ποιο κοινό θα στοχεύει (100%) 	20%
Μέθοδοι και εργαλεία ψηφιακού μάρκετινγκ	
<ul style="list-style-type: none"> • Σαφήνεια και τεκμηρίωση των προτεινόμενων μεθόδων και επιλογή των καταλληλότερων μέσων - εργαλείων υλοποίησης των δράσεων (100%) 	25%
Γ. Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης του Αντικειμένου της Σύμβασης	10%
<ul style="list-style-type: none"> • Εφικτότητα και ρεαλιστικότητα χρονοδιαγράμματος σε σχέση με τους διαθέσιμους πόρους και μέσα (100%) 	
ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ	100%

Το κάθε μέλος της Ε.Α. προχώρησε στη βαθμολόγηση της τεχνικής προσφοράς των προσφερόντων με βάση τα κριτήρια που αναφέρονται στο ειδικό έντυπο βαθμολογίας της τεχνικής αξιολόγησης, τα οποία επισυνάπτονται.

Το κάθε μέλος παρέδωσε το ειδικό έντυπο βαθμολογίας και για την παρουσίαση των αποτελεσμάτων σχεδιάστηκε ο πιο κάτω Πίνακας:

Α/Α	Προσφέροντας	Κριτήρια Αξιολόγησης			Βαθμολογία Τεχνικής Αξιολόγησης
		Α	Β	Γ	
1	<i>Red Wolf Digital Group Ltd</i>	96,65	84,51	75,91	85,69
3	<i>120 Events & Integrated Marketing Ltd</i>	100	97,55	99,55	99,03
5	<i>MC Digital Media Ltd</i>	50,25	65,01	57,27	57,51
6	<i>Avaton Communications Ltd</i>	47,01	46,03	53,23	48,75
Συντελεστής Βαρύτητας Κριτηρίου (%)		45	45	10	

Οι προσφορές 1, 3 και 5 έλαβαν συνολική βαθμολογία πέραν του 50% και πέρασαν επιτυχώς το στάδιο Αξιολόγησης της Τεχνικής Προσφοράς. Η προσφορά 6 έλαβε συνολική βαθμολογία κάτω από το 50% οπότε δεν πέρασε το στάδιο αξιολόγησης της τεχνικής προσφοράς.

3.4 Εισήγηση της Επιτροπής Αξιολόγησης

Η Επιτροπή Αξιολόγησης εισηγείται την αποσφράγιση του φακέλου της οικονομικής προσφοράς των οικονομικών φορέων που πέρασαν με επιτυχία το στάδιο της τεχνικής αξιολόγησης και οι οικονομικές προσφορές των οικονομικών φορέων που δεν πέρασαν το στάδιο της τεχνικής αξιολόγησης ή το πρώτο στάδιο των προϋποθέσεων συμμετοχής, να σταλούν πίσω σε αυτούς με συστημένη ταχυδρομική επιστολή.

3.5 Υπογραφές μελών Αρμοδίου Οργάνου Αξιολόγησης

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΥΠΟΓΡΑΦΗ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ
Χρύσω Δημητρίου		
Έβελυν Μορίδου		
Ζωή Ανδρέου		

Επικυρώνεται από:

Ημερομηνία

Δρ. Νεόφυτος Παπαδόπουλος

Αναπληρωτής Γενικός Διευθυντής

Υφυπουργείο Ναυτιλίας

ΈΚΘΕΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Η Επιτροπή συνήλθε στις 26/01/2021 για να αξιολογήσει τις οικονομικές προσφορές των οποίων η τεχνική προσφορά πέρασε με επιτυχία το στάδιο της τεχνικής αξιολόγησης.

1.1 Άνοιγμα Υποφακέλων Οικονομικής Προσφοράς

Ημερομηνία ανοίγματος Υποφακέλων Οικονομικής Προσφοράς:

26 Ιανουαρίου 2021

1.2 Συναντήσεις

Α/Α	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΩΡΑ	ΤΟΠΟΣ	ΘΕΜΑ
1	26/01/2021	12:00 μ.	Αίθουσα Συνεδριάσεων, 2ος όροφος Κεντρικά Κτίρια ΥΦΥΝ	Αξιολόγηση των οικονομικών προσφορών & Τελική κατάταξη των προσφορών

Συνημμένα υποβάλλονται τα Πρακτικά της παραπάνω συνάντησης.

1.3 Γενική αξιολόγηση οικονομικών προσφορών

Το Έντυπο Οικονομικής Προσφοράς (Έντυπο 3) ελέγχθηκε και διαπιστώθηκε ότι αυτό υποβλήθηκε δεόντως συμπληρωμένο και υπογραμμένο από όλους τους προσφέροντες.

1.4 Βαθμολόγηση οικονομικών προσφορών

Σύμφωνα με την παράγραφο 7.4, ο μαθηματικός τύπος που χρησιμοποιείται για την οικονομική αξιολόγηση της προσφοράς είναι:

$$(\Sigma.Β.Ο.Π.) = \left(\frac{\text{Οικονομική Προσφορά Μειοδότη}}{\text{Οικονομική Προσφορά Προσφέροντος}} \right) \times 100$$

Όπου Σ.Β.Ο.Π.= Συνολική Βαθμολογία Οικονομικής Προσφοράς

Στον πιο κάτω πίνακα φαίνονται οι προσφορές των τριών οικονομικών φορέων, με τη σειρά που καταγράφηκαν στον Ειδικό Έντυπο Καταχώρησης Προσφορών:

	ΠΡΟΣΦΟΡΑ	Ποσό προσφοράς €	Σ.Β.Ο.Π
1	Red Wolf Digital Group Ltd	58.200	100,00
2	120 Events & Integrated Marketing Ltd	70.000	83,14
3	MC Digital Media Ltd	70.000	83,14

Στη συγκεκριμένη περίπτωση ο Μειοδότης είναι ο Προσφέροντας 1 – **Red Wolf Digital Group Ltd** με ποσό €58.200.

Όλες οι υποβληθείσες προσφορές είναι μέσα στα όρια του προϋπολογισμού της σύμβασης.

1.5 Τελική κατάταξη προσφορών

Η Τελική Βαθμολογία (B) έχει υπολογισθεί με τον ακόλουθο μαθηματικό τύπο (με βάση τους όρους του διαγωνισμού – άρθρο 7.4):

$$B = (40\% \times \Sigma.Β.Ο.Π.) + (60\% \times Β.Τ.Π.)$$

Όπου B = Τελική Βαθμολογία

Σ.Β.Ο.Π. = Συνολική Βαθμολογία Οικονομικής Προσφοράς

Β.Τ.Π. = Βαθμός Τεχνικής Προσφοράς

ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑΤΑΞΗ

ΠΡΟΣΦΟΡΑ		Β.Τ.Π	Σ.Β.Ο.Π.	Β.Τ.Π *0,60	Σ.Β.Ο.Π * 0,40	Β	ΤΕΛΙΚΗ ΚΑΤΑΤΑΞΗ
1	Red Wolf Digital Group Ltd	85,69	100,00	51,41	40,00	91,41	2
2	120 Events & Integrated Marketing Ltd	99,03	83,24	59,42	33,26	92,68	1
3	MC Digital Media Ltd	57,51	83,24	34,51	33,26	67,76	3

— Επισυνάπτονται αναλυτικές βαθμολογίες τεχνικής και οικονομικής αξιολόγησης καθώς και οι τελικές βαθμολογίες.

Τα μέλη της Ε.Α. σημείωσαν ότι η προσφορά του οικονομικού φορέα **Red Wolf Digital Group Ltd**, είναι κατά 23,42% χαμηλότερη από την εκτίμηση κόστους της Αναθέτουσας Αρχής.

1.6 Απόφαση της Επιτροπής Αξιολόγησης

Η Επιτροπή Αξιολόγησης εισηγείται ομόφωνα όπως ο διαγωνισμός κατακυρωθεί στον προσφοροδότη **120 Events & Integrated Marketing Ltd**, για το ποσό των €70.000 ο οποίος έχει υποβάλει την πλέον συμφέρουσα από οικονομικής άποψης προσφορά βάσει βέλτιστης σχέσης τιμής- ποιότητας που ικανοποιεί τους όρους του διαγωνισμού, συγκεντρώνοντας συνολικά 92,68 βαθμούς.

1.7 Υπογραφές μελών Αρμοδίου Οργάνου Αξιολόγησης

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΥΠΟΓΡΑΦΗ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ
Χρύσω Δημητρίου		
Έβελυν Μορίδου		
Ζωή Ανδρέου		

*Επικυρώνεται από:**Ημερομηνία*

Δρ. Νεόφυτος Παπαδόπουλος
Αναπληρωτής Γενικός Διευθυντής
Υφυπουργείο Ναυτιλίας

**ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΣΥΝΑΝΤΗΣΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΩΝ
ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΕ ΘΕΜΑΤΑ ΕΠΙΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
(DIGITAL MARKETING)**

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ: 26/01/2021

ΩΡΑ: 12:00 μ.

ΧΩΡΟΣ: ΑΙΘΟΥΣΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΕΩΝ, 2^{ος} ΟΡΟΦΟΣ, ΚΕΝΤΡΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ
ΥΦΥΠΟΥΡΓΕΙΟΥ

Παρόντες:

Χρύσω Δημητρίου	Υφυπουργείο Ναυτιλίας
Έβελυν Μορίδου	Υφυπουργείο Ναυτιλίας
Ζωή Ανδρέου	Υφυπουργείο Ναυτιλίας

Τα μέλη της Επιτροπής Αξιολόγησης (Ε.Α.) μετά την έγκριση από τον Αναπληρωτή Γενικό Διευθυντή του Υφυπουργείου Ναυτιλίας, ως η εισήγηση της Ε.Α., συνεδρίασαν στην αίθουσα συνεδριάσεων στο δεύτερο όροφο των Κεντρικών Κτιρίων του Υφυπουργείου, με σκοπό το άνοιγμα και αξιολόγηση των Οικονομικών Προσφορών.

Η Επιτροπή Αξιολόγησης προχώρησε στο άνοιγμα των υποφακέλων των οικονομικών προσφορών μόνο των οικονομικών φορέων που πέρασαν με επιτυχία το στάδιο της Τεχνικής Αξιολόγησης.

Η Ε.Α. ξεκίνησε με τον προσφέροντα που είχε καταγραφεί πρώτος στο Ειδικό Έντυπο Καταχώρησης Προσφορών και συνέχισαν με τους υπόλοιπους προσφέροντες.

Τα μέλη της Ε.Α. διαπίστωσαν ότι όλα τα έντυπα οικονομικής προσφοράς συντάχθηκαν σύμφωνα με τα έγγραφα του διαγωνισμού. Συγκεκριμένα, υποβλήθηκε το έντυπο, σε ένα πρωτότυπο και τρία αντίγραφα. Τα μέλη της Ε.Α. έλεγξαν διεξοδικά το έντυπο της οικονομικής προσφοράς (Έντυπο 3) ως προς το λεκτικό του και τη συμπλήρωσή του και διαπίστωσαν ότι αυτό ήταν δεόντως συμπληρωμένο και υπογραμμένο από όλους τους προσφέροντες.

Ο πιο κάτω πίνακας παρουσιάζει τις οικονομικές προσφορές των τριών προσφερόντων:

A/A	Προσφοροδότης	Ποσό Προσφοράς €
1	Red Wolf Digital Group Ltd	58.200
2	120 Events & Integrated Marketing Ltd	70.000
3	MC Digital Media Ltd	70.000
Εκτίμηση Αναθέτουσας Αρχής		78.000

Η χαμηλότερη προσφορά είναι €58.200 και η υψηλότερη €70.000, ενώ όλες είναι εντός των ορίων του προϋπολογισμού της σύμβασης.

Ο μαθηματικός τύπος που χρησιμοποιείται για την οικονομική αξιολόγηση της προσφοράς είναι:

$$\Sigma.Β.Ο.Π. = (\text{Οικονομική Προσφορά Μειοδότη} / \text{Οικονομική Προσφορά Προσφέροντος}) \times 100$$

όπου η Οικονομική Προσφορά Μειοδότη αφορά τη χαμηλότερη αποδεκτή Οικονομική Προσφορά.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση ο Μειοδότης είναι ο Προσφέροντας 1 - **Red Wolf Digital Group Ltd** με ποσό €58.200.

Η Τελική Βαθμολογία (B) έχει υπολογισθεί με τον ακόλουθο μαθηματικό τύπο (με βάση τους όρους του διαγωνισμού – άρθρο 7.4):

$$B = (40\% \times \Sigma.Β.Ο.Π.) + (60\% \times Β.Τ.Π.)$$

Επομένως,

ΤΕΛΙΚΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑΤΑΞΗ

ΠΡΟΣΦΟΡΑ:		Β.Τ.Π *0.6	Σ.Β.Ο.Π * 0.40	B	ΤΕΛΙΚΗ ΚΑΤΑΤΑΞΗ
1	<i>Red Wolf Digital Group Ltd</i>	51,41	40,00	91,41	2
2	<i>120 Events & Integrated Marketing Ltd</i>	59,42	33,26	92,68	1
3	<i>MC Digital Media Ltd</i>	34,51	33,26	67,76	3

Η Ε.Α. εισηγείται ομόφωνα όπως ο διαγωνισμός κατακυρωθεί στον προσφοροδότη **120 Events & Integrated Marketing Ltd** για το ποσό των €70.000, ο οποίος έχει υποβάλει την πλέον συμφέρουσα από οικονομικής άποψης προσφορά βάσει βέλτιστης σχέσης τιμής – ποιότητας που ικανοποιεί τους όρους του διαγωνισμού, συγκεντρώνοντας συνολικά 92,68 βαθμούς.

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Χρύσω Δημητρίου

Έβελυν Μορίδου

Ζωή Ανδρέου