

T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI

2019 YILI YURTDIŞI REKLAM İHALESİ ŐARTNAMESİ

I-YASAL DAYANAK

Bu ihale, 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 yapılacak olup İhaleye 8 Ocak 2019 Salı günü saat 10.00’da (Almanya Yerel saati ile) Berlin - Almanya’da başlanacaktır.

II- TANIMLAR

Bu şartname ve eklerinde yer alan,

Bakanlık ve İdare: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığını,

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

İstekli: İhale Dokümanına uygun teklif veren gerçek veya tüzel kişileri,

Yüklenici: İhale karara bağlandıktan sonra ihale üzerine bırakılan istekliyi,

Teklif Dosyası: İstekli tarafından, şartnamede belirtilen ihalenin yapılacağı adrese gönderilecek olan ve bir dış zarf ile içinde bulunan 3 ayrı zarftan oluşan dosyayı,

Yıllık Ciro: İsteklilerin bir mali yıl içerisindeki reklam, pazarlama, halkla ilişkiler ve iletişim sektörleri başta olmak üzere ticari faaliyetleri sonucu elde ettikleri toplam geliri,

ifade eder.

III- İHALE KONUSU İŞİN TANIMI, KAPSAMI

Madde 1- İhale Dokümanının Kapsamı

1.1. İhale dokümanı aşağıdaki belgelerden oluşmaktadır:

- 1- İdari Şartname
- 2- Kampanya Bilgilendirme Dosyası
- 3- Bakanlığın Yurtdışı Temsilciliklerinin Listesi

1.2. İhale dokümanı www.kulturturizm.gov.tr adresinden ücretsiz olarak Türkçe ve İngilizce dillerinde temin edilebilir.

Madde 2- İşin Tanımı

2.1. İhale dokümanında sunulan Kampanya Bilgilendirme Dosyasına uygun olarak, Türkiye'nin yeni marka stratejisinin geliştirilmesi, marka kimliğinin oluşturulması, çeşitli mecralara (TV, radyo, yazılı basın, açık hava, dijital, sinema, ambient vb.) adapte edilebilir yaratıcı çalışmalar ve 4 adet Reklam filmi senaryosu ile işbu şartnamenin 3. Maddesinde detaylı tanımlanan hizmetler için yaklaşık maliyet belirtilmeksizin Türk Lirası cinsinden yapılacak ödeme karşılığında Türkiye'nin 2019 yılı yurtdışı reklam kampanyasının geliştirilmesi, yürütülmesi işidir.

Bu kapsamda, İhaleye başvuran isteklilerden, geleneksel (açık hava, yazılı basın, tv, radyo) ambient, dijital ve yenilikçi mecralarda uygulanabilecek olan yaratıcı çalışmaları kapsayan global bir kampanya geliştirmeleri beklenmektedir.

Madde 3- İşin Kapsamı

İşin kapsamı aşağıda yer alan maddelerden meydana gelmektedir:

- 1- Türkiye'nin yeni marka kimliğinin ve konumlandırma stratejisinin oluşturulması (Türkiye Tanıtım Logosu ve sloganı)
- 2- 2019 yılı Türkiye'nin tanıtım kampanyası stratejisinin geliştirilerek kampanya önerisi, kampanyanın yıl boyu yürütülmesi ve 360 derece uygulanabilir fikir önerileri sunulması.
- 3- Yıl boyunca yürütülecek kampanyaya uygun olarak yıl içinde farklı hedef kitlelere yönelik farklı turizm ürünlerini içeren alt kampanyaların geliştirilmesi,
- 4- 4 adet reklam filmi senaryosu (1 adet Türkiye deniz kum güneş reklam filmi senaryosu, 1 adet Türkiye kültür turizmi reklam filmi senaryosu, 1 adet Türkiye'deki müzelerin tanıtımına yönelik film senaryosu ve 1 adet turizme ilişkin bilinçlendirmeye yönelik reklam filmi senaryosu olmak üzere toplam 4 adet reklam filmi senaryosu)
- 5- Kreatif konsept oluşturma ve geliştirme hizmeti (TV, radyo, yazılı basın, dijital, sinema, ambient ve açık hava gibi yaygın mecralar) ve bunların hedef pazarlarda konuşulan dillere çevirisi,
- 6- Bakanlıkça katılım sağlanacak olan uluslararası turizm fuarı stantlarında kullanılacak görsellerin uyarlanması,
- 7- Bakanlık ve Türkiye markası ile ilgili dijital platformlardaki çerçeve tasarım çalışmalarının yapılması.

Madde 4- Başvuru Koşulları

4.1. İhaleye yurtdışında ve yurtiçinde yerleşik istekliler başvurabilir.

4.2. İsteklinin en az 10 yıldır reklam sektöründe faaliyet göstermesi gerekmektedir.

4.3. İhaleye konu kampanyanın global çapta yürütülecek olması nedeniyle, İsteklinin yurtdışı merkezli bir şirket olması halinde İstanbul'da bir temsilciliğinin bulunması, bu temsilciliğin en az 3 yıldır İstanbul'da faaliyet göstermesi, bunun yanı sıra gösterilecek

olan temsilciliğın ihale şartnamesinin 4.4 maddesinde yer alan koşulu karşılaması gerekmektedir.

4.4. Başvuruda bulunacak isteklilerin son 2 yıla (2016, 2017) ait ortalama yıllık cirosunun en az 2,5 milyon ABD doları olması gerekmektedir.

4.5. 2017 cirosunu belgeleyemeyecek istekliler bu durumun gerekçelerini yazılı olarak bildirecektir. Bu gerekçenin komisyon üyeleri tarafından kabulü halinde, İsteklilerin yıllık ortalama ciro hesabında önceki iki yıl ortalamalarına (2015, 2016) bakılacaktır.

4.6. İsteklilerin geçmiş deneyimlerini gösteren Bilgilendirme Dosyaları hazırlamaları gerekmektedir. Bilgilendirme Dosyası oluşturulurken işbu Şartname ekinde yer alan Ajans Yapısı İle İlgili Kurumsal Bilgiler Formu esas alınacaktır. Form İdari Şartnamenin ekinde yer almaktadır.(Ek-1)

Madde 5- İhaleye Katılamayacak Olanlar

5.1. Aşağıda sayılanlar doğrudan veya dolaylı olarak, kendileri veya başkaları adına hiçbir şekilde bu ihaleye katılamazlar ve alt yüklenici olamazlar:

a) 4734 Sayılı Kamu İhale Kanunu ve diğerk kanunlardaki hükümler gereğince geçici veya sürekli olarak idarelerce veya mahkeme kararıyla kamu ihalelerine katılmaktan yasaklanmış olanlar ile 12/4/1991 tarihli ve 3713 sayılı Terörle Mücadele Kanunu kapsamına giren suçlardan veya örgütlü suçlardan veyahut kendi ülkesinde ya da yabancı bir ülkede kamu görevlilerine rüşvet verme suçundan dolayı hükümlü bulunanlar.

b) İlgili mercilerce hileli iflas ettiğine karar verilenler.

c) İhaleyi yapan idarenin ihale yetkilisi kişileri ile bu yetkiye sahip kurullarda görevli kişiler.

d) İhaleyi yapan idarenin ihale konusu işle ilgili her türlü ihale işlemlerini hazırlamak, yürütmek, sonuçlandırmak ve onaylamakla görevli olanlar.

e) (c) ve (d) bentlerinde belirtilen şahısların eşleri ve üçüncü dereceye kadar kan ve ikinci dereceye kadar kayın hısımları ile evlatlıkları ve evlat edinenleri.

5.2. Bu yasaklara rağmen ihaleye katılan İstekliler ihale dışı bırakılır.

5.3. Yüklenicinin ihaleye katılmada yasaklı olduğunun sonradan ortaya çıkması halinde eğer sözleşme imzalanmış ise İdare tarafından imzalanan sözleşme ön bildirimsiz fesh olunur.

5.4. İhaleye katılması yasaklı olduğunu bilerek ihaleye katılan yüklenici ihaleye konu toplam bütçenin binde beşi oranında cezai şart ödemeyi kabul eder.

Madde 6- İhalenin tarihi, ihaleye teklif verme yeri ve son teklif verme tarih ve saati

6.1. İhaleye 8 Ocak 2019 Salı günü saat 10.00'da (Almanya yerel saati ile) Berlin - Almanya'da başlanacaktır. İhalenin yapılacağı adres, komisyonca davet edilecek İsteklilere bildirilecektir.

6.2. Tekliflerin sunulacağı adres;

Botschaft der Republik Türkei Kulturabteilung

Tauentzienstr. 9-12, Europa Center 6. OG, 10789 Berlin-Deutschland

İrtibat Kişisi: Hüseyin Gazi Coşan

web: www.tuerkeifasziniert.de

e-posta: info@tuerkeifasziniert.de

tel: +49 30 214 37 52

fax: +49 30 214 39 52

6.3. Teklif dosyalarının en geç 4 Ocak 2019 Cuma günü saat 18.00'e (Almanya yerel saati ile) kadar T.C. Berlin Kültür Müşavirliği'nin yukarıdaki adresine ulaşacak şekilde elden veya özel ulak yoluyla teslim edilmesi gerekmektedir. Bu tarihten sonra teslim edilen teklifler değerlendirmeye alınmayacaktır. Saat ayarında, ihalenin gerçekleştirildiği yer yerel saati (Berlin) esas alınacaktır.

6.4. Berlin Kültür Müşavirliğine verilen teklifler, herhangi bir sebeple geri alınamayacaktır.

IV- TEKLİF DOSYASININ HAZIRLANMASI

Madde 7- Genel Hususlar

7.1. İhale dokümanının içeriği dikkatli bir şekilde incelenmelidir.

7.2. İstekliler, ihaleye başvurduklarında ihale dokümanının tamamını okuduklarını ve hükümlerini kabul ettiklerini beyan ve taahhüt ederler.

7.3. Teklifin verilmesine ilişkin şartların yerine getirilmemesinden kaynaklanan sorumluluk teklif verene aittir.

7.4. İhale dokümanında öngörülen koşullara ve/veya şekil şartlarına uygun olmayan teklifler değerlendirmeye alınmayacaktır.

7.5 İhale başvuran istekli, teklif dosyasını hazırlarken ihtiyaç duyulması halinde sadece işbu ihalede sunulacak dokümanlarda kullanılmak üzere İdare görsel arşivinden görsel talep edebilecektir.

7.6 Verilen tekliflerin geçerlilik süresi, ihale tarihinden itibaren 90 takvim günüdür.

Madde 8- Teklif Dosyası

İhaleye katılacak istekli tarafından şartnamede belirtilen adrese zamanında gönderilmiş olan teklif dosyası, Dış Zarf içine yerleştirilmiş;

1. Zorunlu Belgeler Zarfı
2. Kampanya Zarfı
3. Mali Teklif Zarfı

şeklinde 3 farklı zarftan oluşmalıdır.

8. 1. Dış Zarf

Dış zarfın üzerinde isteklinin adı ve açık adresi yazılacaktır. Zarfın üzerinde ayrıca,

T.C.KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
TANITMA GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
2019 YILI YURTDIŞI REKLAM İHALESİ TEKLİF DOSYASI

ifadesi yazılacak, zarfın kapanan yeri istekli tarafından kaşelenip imzalanacaktır.

8. 2. Zorunlu Belgeler Zarfı

Aşağıda sıralanan zorunlu belgeler, zorunlu belgeler zarfına konacak ve bu zarfın üzerine isteklinin adı yazılacaktır. Zarfın üzerinde ayrıca,

T.C.KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
TANITMA GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
2019 YILI YURTDIŞI REKLAM İHALESİ ZORUNLU BELGELER ZARFI

ifadesi yazılacak, zarfın kapanan yeri istekli tarafından kaşelenip imzalanacaktır.

Zorunlu Belgeler Zarfında Yer Alacak Belgeler

1. Ajans Yapısı İle İlgili Kurumsal Bilgiler Formu (Ek-1)
2. İstekliyi temsile yetkili kişi veya kişilerin kimlik ve iletişim bilgileri ile güncel imza sirküleri ya da yetkili kişi ve kuruluşlardan onaylı imza örnekleri,
3. İsteklinin kimlik bilgilerini, başvuru tarihi itibarıyla ortaklık yapısını, ticaret merkezini, ticaret sicilini gösteren resmi belgeler, (Belgelerin yabancı dilde olması halinde onaylı Türkçe ya da İngilizce tercümesi ile birlikte verilmesi gerekmektedir.)
4. ihaleye konu kampanyanın global çapta yürütülecek olması nedeniyle, İsteklinin yurtdışı merkezli bir şirket olması halinde İstanbul'da bir temsilciliğinin bulunduğunu bu temsilciliğin en az 3 yıldır İstanbul'da faaliyette göstermesi, bunun yanı sıra gösterilecek olan temsilciliğin ihale şartnamesinin 4.4 maddesinde yer alan koşulu karşıladığını gösterir belge,
5. Başvuruda bulunacak isteklilerin son 2 yıla (2016, 2017) ait ortalama yıllık cirosunun en az 2,5 Milyon ABD Doları olduğunu gösteren belge,

6. 2017 yılı cirosunu belgeleyemeyecek isteklilerin, bu durumun gerekçelerini yazılı olarak belirten belge ile yıllık ortalama ciro hesabında önceki iki yıla ilişkin yıllık ciro ortalamalarının (2015, 2016), 2,5 Milyon ABD Dolarını karşıladığını gösteren belgeler.

Mali teklifi konu alan hiçbir husus vb. bilgiler hiçbir şekilde bu zarfta yer almayacaktır.

8. 3. Kampanya Zarfı

Kampanya Zarfının üzerinde İsteklinin adı ile birlikte,

T.C.KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI
TANITMA GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
2019 YILI YURTDIŞI REKLAM İHALESİ KAMPANYA ZARFI

ifadesi yazılacak, zarfın kapanan yeri istekli tarafından kaşelenip imzalanacaktır.

Kampanya Zarfının içerisinde, aşağıda sıralanan belgelerin PDF veya PPT formatında yer aldığı ve **üzerinde isteklinin adının yazılı olduğu, bir adet taşınabilir bellek** (harici disk) ya da CD/DVD yer alacaktır.

Kampanya Zarfında Yer Alacak Belge ve Materyaller:

- 1- Türkiye'nin yeni marka kimliğinin ve konumlandırma stratejisinin oluşturulmasına yönelik çalışmalar (Türkiye Tanıtım Logosu ve sloganı)
- 2- 2019 yılı Türkiye'nin tanıtım kampanyası stratejisinin geliştirilmesine yönelik öneri ve çalışmalar 360 derece uygulanabilir fikir önerileri sunulması.
- 3- 4 adet reklam filmi senaryosu (1 adet Türkiye deniz kum güneş reklam filmi senaryosu, 1 adet Türkiye kültür turizmi reklam filmi senaryosu, 1 adet Türkiye'deki müzelerin tanıtımına yönelik film senaryosu ve 1 adet Turizme ilişkin bilinçlendirmeye yönelik reklam filmi senaryosu olmak üzere toplam 4 adet reklam filmi senaryosu)
- 4- Kreatif konsept oluşturma ve geliştirmeye yönelik (TV, radyo, yazılı basın, dijital, sinema, ambient ve açık hava gibi yaygın mecralar) reklam varlıklarının tasarımları ve uyarlamalarına ilişkin örnek çalışmalar
- 5- Bakanlık ve Türkiye markası ile ilgili dijital platformlardaki çerçeve tasarım çalışmaları.

Kampanya Zarfının içerisinde yer alan **belgelerin dili İngilizce** veya **Türkçe** olacaktır.

Kampanya zarfında yapılacak olan işin maliyetine veya bütçesine ilişkin herhangi bilgiler hiçbir şekilde bu zarfta yer almayacaktır.

Kampanya zarfında yer alması gereken yukarıdaki belgelerin ayrıntılarına aşağıda yer verilmektedir:

Türkiye'nin Yeni Marka Kimliğinin ve Konumlandırma Stratejisinin Oluşturulması

- 1- Oluşturulacak olan Türkiye'nin yeni Marka Kimliğine ilişkin konumlandırma stratejisinin detaylı bir şekilde açıklanması ve yıllık tanıtım planı önerisinin sunulması beklenmektedir.
 - 2- Türkiye Tanıtımı Logosu ve sloganı sade, kolay anlaşılır, hatırlanması kolay, olmalıdır. Logo çalışması farklı dillere adapte edilebilir esneklikte olmalıdır. Çalışma her çeşit baskı ve kesim tekniği ile sorunsuz kullanılabilir olmalı, çok küçük ölçülerde ayrıntılar kaybolmamalı, çok büyük ölçülerde dağılık görünmemelidir. Her türlü ölçüde ve yüzeyde okunabilir / fark edilebilir olmalıdır. Özgün ve benzersiz olmalıdır. Başka bir ülke, firma veya ürünlere ait logo ve sloganlarla ile karışıklığa sebep vermemeli, onları çağrıştırmamalıdır. Yüklenici tarafından İdare'ye sunulan slogan ve logo çalışmasının, daha sonradan kopyalanan ya da esinlenen çalışmalar olduğunun tespit edilmesi halinde her türlü mali, hukuki ve diğer sorumluluk Yükleniciye ait olup, İdare hiçbir şekilde sorumlu tutulamaz. Bu durumdan doğabilecek her türlü maddi ve manevi zararlardan dolayı Yüklenici sorumludur.
 - 3- Logo, 32 dilde* ve kurumsal kimlik rehberi ile birlikte teslim edilecektir. Teslim edilecek olan logonun AI, eps, psd, png ve jpeg formatlarında teslim edilmelidir. Ayrıca, logoda kullanmış olduğu renklerin CMYK ve PANTONE kodunu belirtilecektir ve logo yazılarında Convertli (Çizim) ve Convertsiz (yazıya müdahale edilebilir) şekilde teslim edilecektir. Ayrıca logonun Convertsiz teslim edilmesi halinde fontu (yazı karakterini) de paketli bir halde teslimi gerekmektedir.
- *Logo Dilleri: Türkçe, İngilizce, Almanca, Fransızca, Rusça, İtalyanca, İspanyolca, Japonca, Yunanca, Çekçe-Slovakça, Malayca-Endonezce, Danca, İsveççe, Felemenkçe (Hollanda-Belçika), Arapça, Romence, Litvanca, Fince, İbranice, Lehçe, Letonca, Macarca, Norveççe, Portekizce, Çince, Estonca, Hırvatça, Korece, Slovence, Tayca, Tayvan Çincesi, Sırpça
- 4- Yüklenici, çeşitli mecralar için üretilmiş yaratıcı çalışmaların dijital ortamda, nihai, baskıya ve yayına uygun, yüksek çözünürlüklü ve layerlı hallerini İdareye, İdari Şartnamenin 12. Maddesinde tanımlanan hakları ile birlikte teslim edecektir.

Türkiye Tanıtım Kampanyası Stratejisinin Geliştirilmesi ve Kampanya Önerisi

- 1- Türkiye'nin marka stratejisinin geliştirilmesi, marka kimliğinin oluşturulmasına ilişkin öneri ihale dokümanında sunulan *Kampanya Bilgilendirme Dosyasına* uygun olarak hazırlanmalıdır.
- 2- Türkiye'nin yurtdışı tanıtımında kullanılacak reklam kampanyası önerisi ile kampanyanın 360 derece uygulanabilir fikir önerileri geliştirmeleri ve yıllık tanıtım planı hazırlamaları beklenmektedir.

- 3- Geliştirilecek olan Türkiye marka stratejisi ve Türkiye markası kimliği Türkiye'nin imaj bütünlüğünü sağlayacak ve Türkiye algısını güçlendirecek entegre bir kampanya önerisi ile birlikte sunulmalıdır.
- 4- Kampanyada Türkiye'yi rakip ülkelerden farklı ve ayrıcalıklı kılan öğeler ön plana çıkarılmalı, özgün bir fikir ve çözüm önerisi getirilmelidir. Türkiye bir turizm destinasyon olarak tanıtılırken, Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısının yanı sıra turizm gelirlerinin de artırılması amacıyla uygun olarak nitelikli ziyaretçiye ulaşacak iletişim stratejisi ve araçları geliştirilecektir.
- 5- İşin Kapsamı Maddesinde(Madde-3) yer alan“Türkiye'deki müzelerin tanıtımına” ve “Turizme ilişkin bilinçlendirmeye” yönelik reklam filmi senaryosunun yanı sıra, yürütülecek olan reklam kampanyasının yurtdışından gelen yabancı konuklara havaalanından itibaren yurtiçinde de aynı kampanyayla karşılaşmasını sağlamaya yönelik isteklilerden bu konulara ilişkin strateji oluşturmaları ve tanıtım planı hazırlamaları beklenmektedir.
- 6- Sunulacak reklam kampanya önerilerinde isteklilerden beklenen *global bir konsept geliştirmekle birlikte* hedef pazarlara yönelik farklı dillere entegre edilebilecek ve hedef gruplara yönelik alt tanıtım kampanyalarının da uygulanabilir olması beklenmektedir.
- 7- Bu konseptin uyarlanabilen esnek yapısı ile pazarlara göre farklılaşan hedef kitlenin beklenti ve ihtiyaçlarının karşılanabilmesi amaçlanmaktadır. Böylece, hedef kitleye seslenen ve onların ilgisini çeken mesajlar her pazar için uyarlanabilir olacaktır.
- 8- İsteklilerin **global olarak** sunacakları reklam kampanya önerisi **en fazla iki tane** olabilir. Birden fazla öneri sunulması halinde **birinci ve ikinci** öneri olarak tanımlanması gerekmektedir. Bunlar dışındaki öneriler **dikkate alınmayacaktır**.

Reklam Filmi Senaryo Önerileri

- 1- İhale dokümanında yer alan Kampanya Bilgilendirme Raporuna uygun, ana temaya ve özgün senaryoya sahip, yaratıcı ve sıra dışı yaklaşımlar içeren,
 - 2 adet reklam filmi senaryosu (1 adet Türkiye deniz kum güneş reklam filmi senaryosu ve 1 adet Türkiye kültür turizmi reklam filmi senaryosu)
 - 1 adet Turizm bilinçlendirme reklam filmi senaryosu
 - Türkiye'deki müzelerin tanıtımına yönelik strateji ve tanıtım filmi senaryosuİstenmektedir.
- 2- Yukarıda sıralanan temalara yönelik hazırlanacak senaryolar 90sn filmler için önerilmelidir. Ayrıca söz konusu senaryoların 15, 30, 60 sn'ye adapte edilebilir olması beklenmektedir.
- 3- İstekli, senaryo çizimini (storyboard), Kampanya Zarfında tercih ettiği boyutta baskısı yapılmış şekilde de sunabilir.
- 4- Senaryoları hazırlanacak olan reklam filmlerinin Türkiye tanıtım kampanyası stratejisi çerçevesinde birbiri ile uyumlu olması gerekmektedir.

Kreatif Konsept Oluşturma ve Geliştirme Hizmeti

- 1- TV, radyo, yazılı basın, dijital, sinema, ambient ve açıkhava gibi yaygın mecralarda kullanılmak üzere, genel kampanya konsepti ile uyumlu yaratıcı çalışmalar sunulacaktır.
- 2- Kampanyada kullanılacak reklam metinlerinin ve sloganlarının eviri ve uyarlaması yapılacaktır.
- 3- İşitsel mecralarda kullanılmak üzere ve kampanya stratejisine uygun olarak kısa, akılda kalıcı ve ayırt edici özelliklere sahip jingle çalışması sunulacaktır.
- 4- “Türkiye’deki müzelerin tanıtımına” (gerek yurtdışında gerekse ölkemizi ziyaret eden turistlere yönelik yurtiçinde –havalimanından gideceği destinasyona kadar- olacak şekilde kurgulanmalıdır) ve “Turizme ilişkin bilinçlendirmeye” yönelik ayrıca yaratıcı çalışmalar sunulacaktır.
- 5- Kampanya Zarfın içinde dijital ortamda (harici bellek içerisinde) sunulacak olan yaratıcı çalışmalar, istenildiği takdirde, basılı olarak da sunulabilir.
- 6- İhale başvuran istekli, teklif dosyasını hazırlarken ihtiyaç duyulması halinde sadece işbu ihalede sunulacak dokümanlarda kullanılmak üzere İdare görsel arşivinden görsel talep edebilecektir. Ancak İsteklinin ihaleyi kazanması halinde istekli tarafından Bakanlık arşivi dışında telif hakkı devralınmış görsellerin kampanya teklif dosyasında kullanılması durumunda, Bakanlık tarafından talep edilmesi halinde görsel veya görsellerin kullanım hakları ile birlikte Bakanlığa teslim eder.

Dijital Platformlardaki ereve Tasarım alışmaları

Geliştirilecek olan Yeni Türkiye Markası alışması konsepti çerçevesinde hem Türkiye Markasının hem de Bakanlığın dijital platformlardaki sayfa ve hesaplarına yönelik, imaj bütünlüğü oluşturmak amacıyla, birbirleriyle uyumlu ereve tasarım çalışmaları sunulması beklenmektedir.

8.4. Mali Teklif Zarfı

Mali Teklif Zarfının üzerinde İsteklinin adı ile birlikte,

T.C.KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIğI
TANITMA GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
2019 YILI YURTDIŞI REKLAM İHALESİ MALİ TEKLİF ZARFI

ifadesi yazılacak, zarfın kapanan yeri istekli tarafından kaşelenip imzalanacaktır.

Mali Teklif Zarfında yer alacak belgelerde;

İdari Şartnamenin "İşin Kapsamı" başlıklı 3. Maddesinde yer verilen tüm iş ve hizmetlerin her birinin maliyetini ayrı ayrı Türk Lirası cinsinden belirterek toplam bir mali teklif sunar. İstekli yıllık mali teklifi ile birlikte söz konusu mali teklifinin aylık bazda (12 aylık) ödenmesine ilişkin teklifini Türk Lirası cinsinden de bu zarfta hazırlar. Mali teklifler vergi hariç olarak sunulur.

Verilen mali tekliflerin hem yazıyla hem de rakamla verilmesi gerekmektedir. Yazılı ve rakamla verilen ifadenin birbirini tutmaması halinde yazılı olarak verilen mali teklif geçerli olacaktır.

V- TEKLİFLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Madde 9- Değerlendirme Tarihi

İhale komisyonu teklifleri değerlendirmek üzere 8-14 Ocak 2019 tarihlerinde İhalenin yapılacağı adreste toplanır.

İhale komisyonunun değerlendirmeyi belirtilen tarih aralığında sonlandıramaması halinde, ihalenin tamamlanması için ihale tarihi, 17 Ocak 2019 tarihine kadar uzatılabilir.

Madde 10- Değerlendirme Yöntemi

İhale Komisyonu çalışmalarını **üç aşamalı olarak** gerçekleştirecektir.

1. Aşama:

Berlin Kültür Müşavirliğine gönderilen ihale teklif dosyaları İhale günü ve saatinde komisyon tarafından açılır. Zorunlu Belgeler Zarfında yer alması gereken belgeler komisyon tarafından kontrol edilir. Komisyonca yapılan değerlendirme sonucunda zorunlu belgeleri İhale Şartnamesine uygun olmadığı anlaşılan istekliler bir tutanakla tespit edilir ve değerlendirme dışı bırakılır.

2. Aşama:

I -

A) Komisyon, ihale şartnamesine uygun zorunlu belgeleri sağlayan İsteklilerin Kampanya Zarfını açar.

B) Komisyon tarafından davet edilen istekli temsilcileri 10-12 Ocak 2019 tarihleri arasında İhalenin yapılacağı adreste sunum yapacaklardır.

C) Sunumlar her bir istekli için 1 saati geçmeyecektir ve sunum dili Türkçe veya İngilizce olacaktır. Komisyon gerekli gördüğü takdirde ek süre verebilir.

D) İşin kapsamında belirtilen tüm unsurlar toplam 100 puan üzerinden, aşağıdaki kriterler ve bu kriterlerin puanlama değerlerine göre komisyon üyelerince puanlanır.

- Marka kimliği geliştirme ve marka stratejisi (25 Puan)
- Yaratıcılık, özgünlük ve entegre iletişim becerisi (30 Puan)
- Ajansın Yetkinliği (25 Puan)
- Reklam filmlerine yönelik önerilen senaryoların yeterliliği (20 Puan)

II - Yapılan değerlendirme sonucunda 100 tam puan üzerinden en yüksek puanı alan istekli üçüncü aşamaya davet edilir. Ancak en yüksek puan alan isteklinin birden fazla olması halinde bu istekliler, alfabetik isim sırasına göre sırayla pazarlığa davet edilecektir.

İhale komisyonunun değerlendirmeyi belirtilen tarih aralığında sonlandıramaması halinde, ihalenin tamamlanması için ihale 17 Ocak 2019 tarihine kadar uzatılabileceği için isteklilerin bu durumu göz önünde bulundurması gerekmektedir.

3. Aşama:

İhale komisyonu, istekliler tarafından yapılan sunumlarda en yüksek puanı alan istekliyi veya isteklileri davet ederek Mali Teklif Zarfını açar ve pazarlık yapılır. Yapılan pazarlık süreci ve sonucu, Komisyon tarafından tutanağa bağlanır. En yüksek puan alan isteklinin birden fazla olması halinde tüm istekliler, alfabetik isim sırasına göre pazarlığa davet edilecektir. Yapılan pazarlık süreçleri ve sonuçları Komisyon tarafından tutanağa bağlanır.

Herhangi bir nedenle en yüksek puanı alan istekli ile anlaşma sağlanamaması durumunda sırasıyla ikinci en yüksek puanı alan isteklinin/isteklilerin Mali Teklif Zarfı açılacak ve pazarlık yapılacaktır. İkinci en yüksek puanı alan istekli ile de anlaşılabilmesi halinde, en yüksek puanı alan üçüncü isteklinin Mali Teklif Zarfı açılacak ve pazarlık yapılacaktır.

Komisyon ihaleyi tutanakla sonuçlandırarak karara bağlar.

Madde 11- Sözleşmelerin İmzalanması

11.1. İhale komisyonunun nihai kararı İhale Yetkilisinin onayına sunulacak ve İhale Yetkilisince onaylanmasının ardından geçerlilik kazanacaktır. İhale Yetkilisi ihaleyi onaylayıp onaylamamakta serbest olup, Yüklenici ile Bakanlığın yetki vereceği Yurtdışı Temsilcilik arasında işin kapsamına yönelik bir sözleşme imzalanacaktır.

11.2. Sözleşme, ihale kararının onaylanıp ihaleyi kazanan Yükleniciye tebliğ edildiği tarihten itibaren en geç 30 gün içerisinde imzalanacaktır. Zorunlu hallerde Bakanlığın yazılı izni ile bu süre en fazla 30 gün daha uzatılabilir. Yüklenicinin sözleşmeyi verilen süre içerisinde imzalamaktan imtina etmesi ya da ihale konusu işten vazgeçmesi halinde yüklenici İdareye ihale konusu işin toplam bütçesinin binde beşi oranında cezai şart ödemeyi kabul etmiş sayılır.

VI- DİĞER HUSUSLAR

Madde 12

12 .1. İhaleyi kazanan istekli ihale kapsamında sunduğu tüm çalışmaların nihai hallerini, sözleşmenin imzalanmasını takiben, en geç 10 gün içerisinde İdareye teslim eder.

12.2. Daha sonra kullanılmayacak olan ve/veya telif hakkı alınmamış olan yaratıcı çalışmalar hiçbir şekilde ihaleye sunulmamalı ve kullanılmamalıdır. Sunulması veya daha sonra kullanılması halinde, ihtilafa konu eserlerden doğabilecek her türlü mali, hukuki ve cezai sorumluluk istekliye ve/veya yükleniciye ait olup İdareye herhangi bir sorumluluk yüklenemeyecek, açılacak her türlü davanın muhatabı istekli ve/veya yüklenici olacaktır.

12.3. İhaleyi kazanamayan katılımcıların proje teklifleri, ihale dokümanı olarak muhafaza edilme zorunluluğundan dolayı iade edilmeyecek ve çalışmalar için herhangi bir ücret ödenmeyecektir.

12.4. İhaleyi kazanan istekli (yüklenici) ihale kapsamında ürettiği logo, reklam filmi senaryosu ve çeşitli mecralar için ürettiği yaratıcı çalışmaların, basılı veya görsel malzeme ve yayınlarda kullanılmak ve kullandırılmak üzere işleme, çoğaltma, yayma, temsil, işaret, ses ve/veya görüntü nakline yarayan araçlarla umuma iletim hakkını içeren mali haklarını bedelsiz ve süresiz olarak İdareye devreder.

İdarenin ayrıca izin almaksızın ihaleye konu çalışmalar üzerinde her türlü değişiklik ve düzeltme yapabilme yetkisi saklıdır.

12.5. Uygulama aşamasında İdare Temsilciliklerinin görüşleri doğrultusunda metinler, yaratıcı çalışmalar ve ihaleye konu diğer çalışmalar üzerinde değişiklik yapılabilecektir.

12.6. İhaleyi kazanamayan katılımcıların proje teklifleri, ihale dokümanı olarak muhafaza edilme zorunluluğundan dolayı iade edilmeyecek ve çalışmalar için herhangi bir ücret ödenmeyecektir.

Madde 13- Faturalama ve Ödemeler

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

13.2. İdare, ödemeleri Yurtdışı Temsilciliği aracılığı ile pazar ülkenin mahalli mevzuatı/şartları doğrultusunda aylık olarak yükleniciye yapacaktır.

13.3. Türk Kamu Mali Mevzuatına uygun olarak tüm ödemeler, işin bitimi, hizmetin görülmesi ve gerekli belgelerin eksiksiz ve tam olarak yüklenici tarafından yurtdışı temsilciliklere sunulmasını takiben yapılacaktır.

Madde 14- Anlaşmazlıkların Çözümü

Her türlü hukuki ihtilafın çözümünde Türk Mali Mevzuatı hükümleri ile 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Hakkında Kanun ve Ankara Mahkemeleri ve İcra Daireleri yetkili olacaktır.

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

Ek-1: Ajans Yapısı İle İlgili Kurumsal Bilgiler Formu

AJANS YAPISI İLE İLGİLİ KURUMSAL BİLGİLER

1. Ajans Adı

Bu alana belirtiniz.

2. Ajans adres bilgileri

Bu alana belirtiniz.

3. Bağlı olduğu bir şirket grubu var mı? Varsa belirtiniz.

Bu alana belirtiniz.

4. İstanbul'da bir temsilciliği var mı? Yoksa İstanbul'da en az 3 yıldır faaliyet gösteren bir ajans mı?

5. Uluslararası bağlantısı (sektör dernek üyeliği, ortak çalışmalar) var mı? Varsa belirtiniz.

Bu alana belirtiniz.

6. Ofis merkezi ve varsa şubeleri

Bu alana belirtiniz.

7. Ajansın ana faaliyet alanı

Bu alana belirtiniz.

8. Gerçekleştirilen en büyük kampanyanın adı, çerçevesi ve bütçesi

Bu alana belirtiniz.

9. Varsa son 2 yıla ait ciro bilgisi

Bu alana belirtiniz.

10. Organizasyon şeması

Ekte iletiniz.

11. Şirketin ortaklık yapısı (A.Ş, Limited, A.O.) Varsa ortaklık isimleri

Bu alana belirtiniz.

12. Hizmet verilen mevcut müşteri portföyü

Bu alana belirtiniz.

13. Geçen son 10 yıl içerisinde yürüttüğü reklam, pazarlama, halkla ilişkiler ve iletişim işlerini içeren portfolyosu,

Bu alana belirtiniz

14. Mevcut müşteri bazında verilen hizmetler

Bu alana belirtiniz.

a) TV Kampanyası yapılan mevcut müşteriler

Bu alana belirtiniz.

b) Basılı işler bazında (Gazete, dergi, flyer, katalog v.b.) hizmet verilen mevcut müşteriler

Bu alana belirtiniz.

c) İnternet hizmeti verilen mevcut müşteriler

Bu alana belirtiniz.

d) Animasyon, 2D - 3D uygulamaları yapılan mevcut müşteriler

Bu alana belirtiniz.

e) Alternatif mecralar

Bu alana belirtiniz.

15. Çalışan sayısı:

a) Yaratıcı yönetmen sayısı:

b) Reklam yazarı sayısı:

c) Müşteri temsilci sayısı:

d) Müşteri ilişkileri direktörü sayısı:

e) Sanat yönetmeni sayısı:

f) Grafik tasarım ve uygulayıcı sayısı:

g) İşin üstlenilmesi halinde oluşturulacak ekip yapısı ve ekiplerin kaç kişiden oluşacağı, yürütülecek tüm hizmetler için harcayacağı haftalık mesai saati (Strateji, kreatif ve yönetim kademesi vb.)

16. Referans olarak görüşebileceğimiz müşteriler ve irtibat bilgileri

Bu alana belirtiniz.

17. Son 5 yıl içinde katıldığı yarışmalar ve aldığı ödüller

Bu alana belirtiniz.

Not: Kurumumuzla paylaşacağınız bilgiler gizli tutulacaktır.