# Приложение 2. Тендерное соглашение: рекомендуемые рамочные нормы

Настоящий документ является приложением к Меморандуму о принципах проведения тендеров на предоставление PR-услуг и представляет собой концепцию тендерного соглашения, на основании которого АКОС рекомендует агентствам регламентировать взаимоотношения по участию в тендерах (конкурсах) коммерческих организаций.

**I. Регламентирование условий вхождения в тендер**

1. Организатор тендера в тендерном соглашении гарантирует равные условия участия в тендере. В обязательном порядке участники тендера должны получить одинаковый ТЗ/бриф в письменном виде(по электронной почте), на основании которого они будут готовить конкурсные предложения;

2. Если предмет конкурса требует проведения очного брифинга, все участники тендера должны получить равные возможности по брифингу с организатором;

3. Если организатор тендера по тем или иным причинам со своей стороны не может обеспечить равные условия участия в тендере, он должен проинформировать об этом агентства, приглашаемые к участию в тендере и указать преимущества, которыми пользуются другие участники тендера. К таким преимуществам относятся:

a. аффилированность;

b. наличие кровно-родственных связей с сотрудниками, участвующими в оценке претендентов;

c. наличие у одного из участников тендера большего по отношению к другим участникам тендера временного ресурса на подготовку предложений;

d. наличие отношений подряда по данному или сходному предмету (оказываемым услугам) в течение 2 лет до проведения тендера;

4. Организатор тендера должен установить одинаковые для всех участников критерии оценки конкурсных заявок (предложений), по которым будут ранжироваться предложения и довести до сведения участников эти критерии, а также установленную процедуру оценки. Рекомендуется установить вес критериев в системе баллов, начисляемых каждому оцениваемому предложению по установленным критериям.

**II. Регламентирование обязательных процедур тендера**

1. Если предусмотренная процедура конкурса предполагает возможность того, что победитель конкурса может быть не установлен, тендерное соглашение должно содержать заведомо оговоренный (но не обязательно исчерпывающий) перечень причин, по которым организатор тендера не может определить победителя;

2. Организатор тендера обязан объявить участникам конкурса, кто признан победителем;

3. Стороны должны согласовать временной интервал после подачи конкурсных предложений, в течение которого объявляются их результаты;

4. Тендерные документы, в т.ч. бриф, должны лечь в основу тендерного соглашения или стать официальным приложением к нему;

5. Тендерное соглашение должно определять возможность и условия привлечения исполнителем третьих сторон/субподрядчиков.

**III. Конфиденциальность в тендерной процедуре**

1. Если предмет конкурса является конфиденциальным, об этом прямо должно говориться в тендерном соглашении. В этом случае организатор конкурса должен присвоить конкурсу уникальный идентификационный номер, который

будет характеризовать именно данный конкурс. Помимо тендерного соглашения в этом случае рекомендуется заключить соглашение о конфиденциальности;

2. Информация об участии в конкурсе, а также о возможном несоблюдении сторонами условий тендерного соглашения не может быть отнесена к конфиденциальной;

3. Тендерное соглашение должно содержать обязательство организатора тендера ни в каком виде не использовать материалы, представленные на тендер, и не передавать их другим участникам тендера либо сторонним лицам. В данное обязательство рекомендуется включить следующие пункты:

**IV. Соблюдение авторских и смежных прав**

1. PR-агентство не передает организатору тендера (или передает по отдельному акту) следующие и все иные исключительные имущественные права на объекты авторского права, создаваемые в рамках проведения тендера: право пользования, право на воспроизведение, право на распространение, право на импорт, право на публичный показ, право на публичное исполнение, право на передачу в эфир, право на сообщение для всеобщего сведения по кабелю, право на перевод, право на передачу третьим лицам путем продажи или иным способом;

2. Организатор обязуется не размещать информацию о работах, осуществленных в адрес Организатора тендера, на принадлежащих последнему ресурсах без заключения дополнительного соглашения с PR-агентством.

**V. Регламентирование заключительных этапов тендера**

1. Участник тендера не вправе использовать информацию о других участниках тендера, если она становится ему известной, для заключения договоренностей, способных нанести ущерб интересам организатора тендера, включая заключение соглашений о цене;

2. Организатор конкурса обязан заключить контракт с PR-агентством, признанным победителем конкурса, в течение оговоренного периода с момента объявления PR-агентства победителем или с момента фактически начала работы за исключением заранее оговоренных случаев. Отказ от заключения контракта не может быть обоснован расхождением сторон по условиям, однозначно сформулированным в тендерном соглашении, а также в конкурсном коммерческом предложении агентства, признанного победителем тендера;

3. Если по завершении тендера организатор принимает решение использовать одну креативную идею одного или нескольких из участников, не признанных победителями тендера, Организатор обязан оплатить использование этой идеи. Если одна и та же идея была предложена несколькими участниками тендера независимо друг от друга, оплата должна быть разделена между всеми участниками, предложившими идею;

4. Организатор тендера проводит для агентств, не ставших победителями тендера, отдельные для каждого агентства дебриф-встречу или телефонный разговор или направляет письмо, в котором сообщает о результатах тендера и критериях, по которым был выбран победитель.

#

# Приложение 5. Рекомендованная форма сбора первоначальной информации об участниках тендера по оказанию PR-услуг

Дата:

Клиент:

Проект:

Дата предоставления информации:

Цель этого документа - собрать общую информацию о потенциальном участнике тендера (части 1 и 2 документа) и о специализации и опыте (часть 3 документа) в области \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*Определяет клиент, например, корпоративных коммуникаций, интегрированных маркетинговых коммуникаций, организации мероприятий, антикризисных коммуникаций, финансовых коммуникаций, digital-коммуникаций, аналитик и аудита, внутрикорпоративных коммуникаций и т. д.*

1. **Контактные данные**

|  |  |
| --- | --- |
| * 1. Полное наименование компании
 |  |
| * 1. Контактные телефоны
 |  |
| * 1. Адрес (юридический и фактический)
 |  |
| * 1. Сайт и социальные сети
 |  |
| * 1. Номер ОГРН и ИНН
 |  |
| * 1. Контактное лицо (ФИО, электронная почта, телефон)
 |  |
| * 1. Руководство агентства (ФИО, должность)
 |  |

1. **Информация об агентстве**

|  |  |
| --- | --- |
| * 1. Пожалуйста, кратко изложите историю и профиль вашей компании (особенно если у компании есть конкретная специальность)
 |  |
| * 1. Год основания
 |  |
| * 1. Структура собственности
 |  |
| * 1. Выручка за последние 2 года
 |  |
| * 1. Средняя численность штатных и временных сотрудников (в последние 2 года)
 |  |
| * 1. Структура агентства
 |  |
| * 1. Рекомендации (клиент, ФИО, контактные данные, рекомендательные письма и благодарности)
 |  |
| * 1. Перечислите клиентов, которых вы выиграли за последние три года:
 |  |
| * 1. Количество клиентов, ушедших за последние 2 года:
 |  |
| * 1. Перечислите клиентов, с которыми сотрудничаете более двух лет:
 |  |
| * 1. Направления развития компании на ближайшие три года:
 |  |
| * 1. Награды, полученные за последние три года (номинация, название проекта, год)
 |  |
| * 1. География присутствия агентства – в каких городах России и СНГ есть офисы
 |  |
| 2.15 Другая информация об участнике тендера, которую вы считаете важным указать |  |

1. **Опыт агентства**

*Из данного перечня вопросов для агентства необходимо выбрать наиболее релевантные теме проходящего тендера*

|  |  |
| --- | --- |
| * 1. Есть ли предыдущий опыт работы с компанией\_\_\_\_\_\_\_\_

*(указывает клиент)*  |  |
| * 1. Пожалуйста, кратко опишите проекты за последние три года, которыми Вы особенно гордитесь.
 |  |
| * 1. Пожалуйста, кратко опишите релевантные проекты за последние три года
 |  |
| * 1. Опишите ваш опыт в работе с клиентами из \_\_\_\_\_\_\_\_ (*отрасль указывает клиент)*
 |  |
| * 1. Опишите ваш опыт работы в области корпоративных коммуникаций: клиент, годы сотрудничества, проект
 |  |
| * 1. Опишите ваш опыт работы в области маркетинговых коммуникаций: клиент, годы сотрудничества, проект
 |  |
| * 1. Опишите ваш опыт работы в области digital коммуникаций: клиент, годы сотрудничества, проект
 |  |
| * 1. Out of Box - опишите, самые оригинальные и креативные идеи, реализованные вами в последние три года:
 |  |
| * 1. Опишите пример интегрированной маркетинговой кампании, реализованной через разные каналы
 |  |
| * 1. Опишите опыт организации релевантных мероприятий за последние три года
 |  |