**РАЗДЕЛ III НАИМЕНОВАНИЕ И ОПИСАНИЕ ОБЪЕКТА ЗАКУПКИ**

**Техническое задание**

**на оказание услуг, направленных на проведение информационно-разъяснительной кампании среди населения Российской Федерации, посредством создания и размещения информационно-разъяснительных видеороликов, аудиороликов и баннеров Пенсионного фонда Российской Федерации на телеканалах, радиостанциях и в сети Интернет**

1. **Цели и задачи проекта**.

Информирование граждан об основных положениях и изменениях в пенсионном законодательстве, о порядке формирования пенсионных прав, расчете пенсии в системе обязательного пенсионного страхования (ОПС), использовании средств материнского (семейного) капитала, а также государственных услугах ПФР, предоставляемых гражданам. Оказание услуг должно осуществляться в соответствии с законодательством Российской Федерации.

1. **Содержание услуг.**

Исполнитель должен оказать услуги**,** направленные на проведение информационно-разъяснительной кампании среди населения Российской Федерации, посредством создания аудиороликов, видеороликов, баннеров, размещения (трансляции) видеороликов, аудиороликов, баннеров ПФР в эфире федеральных телеканалов, радиостанций и в сети Интернет, включая услуги по медиапланированию.

Срок оказания услуг: с даты заключения Контракта, но не ранее 01 января 2020 года, по 30 апреля 2020 г.

1. **Требования, предъявляемые к оказанию услуг и их результатам:**
	1. **В рамках оказания услуг по созданию и доработке информационно-разъяснительных видеороликов ПФР Исполнитель обеспечивает:**

 Создание (производство) 1 (одного) видеоролика в версиях 30 (тридцать) и
15 (пятнадцать) секунд, а также беззвучные (немые) версии указанного видеоролика с графическим текстом хронометражем 30 (тридцать) и 15 (пятнадцать) секунд (далее по тексту – видеоролик) в соответствии с темой, предложенной Заказчиком и доработку
2 (двух) видеороликов Заказчика в версиях 30 (тридцать) и 15 (пятнадцать) секунд включительно каждый.

Создание (производство) и доработка видеороликов осуществляется Исполнителем согласно следующим условиям:

* + 1. Информация о тематике создаваемого видеоролика передается Заказчиком по запросу Исполнителя в срок не позднее 20 февраля 2020 года.
		2. Исполнитель обеспечивает разработку и согласование с Заказчиком
		3 (трех) вариантов креативных концепций и сценариев для производства видеоролика.

Креативные концепции для видеоролика должны включать в себя следующие разделы: сценарии и раскадровки с учетом хронометража версий видеоролика и немых версий, указание авторов сценария видеоролика.

Креативные концепции для создания (производства) видеоролика должны быть представлены на согласование Заказчику в срок не позднее 25 (двадцати пяти) календарных дней с даты получения от Заказчика информации о тематике создаваемого видеоролика.

* + 1. Исполнитель обеспечивает тестирование эффективности воздействия разработанных креативных концепций на целевые аудитории путем проведения
		2 (двух) расширенных фокус-групп.

Фокус-группы проводятся в соответствии со следующими условиями:

Состав, возраст, образование, места жительства респондентов фокус-групп, место и дата проведения фокус-групп, а также кандидатура модератора фокус-групп (информация о его образовании и опыте проведения аналогичных работ) должны быть представлены на согласование Заказчику не позднее 3 (трёх) рабочих дней до планируемой даты проведения фокус-группы.

Количество респондентов в фокус-группе должно составлять 6 (шесть) человек (граждан Российской Федерации). Одна фокус-группа проводится для респондентов – жителей любых субъектов Российской Федерации за исключением г. Москвы и Московской области, вторая фокус-группа проводится для жителей г. Москвы и Московской области.

Помещение для проведения фокус-групп (фокус-комната) должно быть оснащено всем необходимым техническим оборудованием – видео-камера, овальный стол для модератора и респондентов, «зеркало Гезелла» из смотровой в аудиторию и т.п. Проведение фокус-групп записывается на электронный носитель, и обеспечивается возможность присутствия представителей Заказчика на проведении фокус-групп.

По итогам проведения фокус-групп Заказчику в срок не позднее 7 (семи) рабочих дней с даты проведения фокус-групп представляется заключение о проведении фокус-групп и видеозапись проведения фокус-групп. Заключение о проведении фокус-групп должно быть подписано модератором.

По результатам проведения фокус-групп Исполнитель производит доработку креативных решений (сценарных идей) в соответствии с результатами проведенных фокус-групп, обобщенными замечаниями и согласованными с Заказчиком изменениями.

* + - 1. Если заключение о проведении фокус-групп будет содержать преобладающе негативные оценки респондентов (более 50 %) по каждому из критериев: понятность, привлекательность и информативность, то Исполнитель обеспечивает производство иных вариантов креативных концепций и повторно проводит фокус-группы без нарушения сроков оказания услуг.
			2. По результатам проведения фокус-групп Заказчик вправе требовать осуществления Исполнителем переработки и/или замены предложенных вариантов креативных концепций или внесения в них изменений/дополнений. Исполнитель перерабатывает и/или вносит в них изменения/дополнения и предоставляет на согласование Заказчику доработанные или, в случае замены, иные варианты креативных концепций без увеличения сроков оказания услуг.
		1. Исполнитель по итогам проведения фокус-групп представляет Заказчику на согласование креативную концепцию с учетом произведенной доработки.
		2. Создание мультипликационного (анимационного) видеоролика не допускается.
		3. Исполнитель обеспечивает подбор съемочной и административно-технологической групп и актеров-исполнителей для участия в кастинге, включая осуществление необходимых действий, направленных на поиск и привлечение кандидатов и проведение с ними очных собеседований. Исполнитель предоставляет Заказчику возможность принимать участие в собеседованиях с кандидатами в актеры-исполнители. Для съемок в видеоролике должны быть привлечены лица, имеющие опыт съемок в рекламных роликах или полнометражном кино, а также, в зависимости от согласованных Заказчиком креативных концепций, могут быть привлечены лидеры общественного мнения (известные и узнаваемые люди, чьи мнения пользуются доверием у населения). Список исполнителей ролей и режиссер в ролике должен быть согласован с Заказчиком до начала осуществления съемки. По требованию Заказчика Исполнитель осуществляет поиск и представляет на согласование новых кандидатов с сохранением сроков оказания услуг по производству (созданию) видеоролика и его версий.
		4. Исполнитель обеспечивает подбор места/мест съемки с учетом того, что часть съемок может быть выполнена на натуре (не в павильоне/студии) и представить подбор места/мест съемки в виде фотоматериалов на выбор для согласования Заказчиком.
		5. Исполнитель обеспечивает проведение необходимых (студийных, на натуре и выездных) съемок. Для обеспечения высокого качества видеоролика работы, связанные со съемочным процессом, должны выполняться с использованием всей необходимой профессиональной съемочной аппаратуры и осветительной техники, специальных технических средств.
		6. Исполнитель обеспечивает фотосъемку основных сцен видеоролика и/или актеров видеоролика (общий план, средний план и крупный план), не менее 90 фотографий. Технические требования к фотографиям: фотографии должны быть правильно экспонированы: без пересветов и провалов в тенях; при 100 % увеличении не должно быть заметного цифрового шума, зерна и артефактов сжатия; на изображении не должно быть дат, подписей, копирайтов, рамочек, бордюров и т.п.; на фотографиях не должно быть хроматических аберраций; разрешение фотографий должно быть не менее 300 dpi, увеличение изображения путем интерполяции не допускается; фотографии должны быть представлены в цветовом пространстве RGB; фотографии должны иметь правильную ориентацию горизонталь/вертикаль.
		7. Монтаж отснятого материала должен предварительно производиться на съемочной площадке. Исполнитель обеспечивает возможность присутствия представителей Заказчика на съемках и на предварительном монтаже.
		8. Исполнитель обеспечивает черновой и чистовой монтаж и озвучивание видеоролика, подбор музыкального оформления или написание оригинальной музыки, выполнение работ по созданию компьютерной графики (при необходимости). Для создания современного и привлекательного для зрителей видеоролика при необходимости должны быть использованы передовые технологии монтажа, компьютерная обработка видеоряда, создание спецэффектов и компьютерной графики.
		9. Монтаж готового материала должен производиться в монтажной студии с участием профессионального режиссера монтажа и режиссера.
		10. Исполнитель осуществляет тестирование эффективности воздействия информационно-разъяснительного видеоролика ПФР (в двух версиях – 30 (тридцать) и 15 (пятнадцать) секунд) на целевые аудитории путем проведения 2 (двух) расширенных фокус-групп.

Фокус-группы проводятся в соответствии со следующими условиями:

Состав, возраст, образование, места жительства респондентов фокус-групп, место и дата проведения фокус-групп, а также кандидатура модератора фокус-групп (информация о его образовании и опыте проведения аналогичных работ) должны быть представлены на согласование Заказчику не позднее 3 (трёх) рабочих дней до планируемой даты проведения фокус-группы.

Количество респондентов в фокус-группе должно составлять 6 (шесть) человек (граждан Российской Федерации). Одна фокус-группа проводится для респондентов – жителей любых субъектов Российской Федерации, за исключением г. Москвы и Московской области, вторая фокус-группа проводится для жителей г. Москвы и Московской области.

Помещение для проведения фокус-групп (фокус-комната) должно быть оснащено всем необходимым техническим оборудованием – видео-камера, овальный стол для модератора и респондентов, «зеркало Гезелла» из смотровой в аудиторию и т.п. Проведение фокус-групп записывается на электронный носитель, и обеспечивается возможность присутствия представителей Заказчика при проведении фокус-групп.

По итогам проведения фокус-групп Заказчику в срок не позднее 7 (семи) рабочих дней с даты проведения фокус-групп представляется заключение о проведении фокус-групп и видеозапись проведения фокус-групп. Заключение о проведении фокус-групп должно быть подписано модератором.

По результатам проведения фокус-групп Исполнитель производит доработку информационно-разъяснительного видеоролика ПФР в соответствии с результатами проведенных фокус-групп, обобщенными замечаниями и согласованными с Заказчиком изменениями.

3.1.13.1. Если заключение о проведении фокус-групп будет содержать преобладающе негативные оценки респондентов (более 50 %) по каждому из критериев: понятность, привлекательность и информативность информационно-разъяснительного видеоролика ПФР, то Исполнитель обеспечивает доработку или производство иного информационно-разъяснительного видеоролика ПФР и повторно проводит фокус-группы без нарушения сроков оказания услуг.

3.1.13.2. По результатам проведения фокус-групп Заказчик вправе требовать осуществления Исполнителем переработки и/или замены информационно-разъяснительного видеоролика ПФР и его версий или внесения в них изменений/дополнений. Исполнитель перерабатывает и/или вносит в них изменения/дополнения и предоставляет на согласование Заказчику доработанный или, в случае замены, иной вариант информационно-разъяснительного видеоролика ПФР и его версий без увеличения сроков оказания услуг по производству (созданию) видеороликов.

* + 1. Созданный видеоролик ПФР и фотографии должны быть согласованы с Заказчиком.
		2. Исполнитель осуществляет доработку 2 (двух) информационно-разъяснительных видеороликов ПФР в версиях 30 (тридцать) и 15 (пятнадцать) секунд включительно каждый в соответствии с требованиями Заказчика, включая, но не ограничиваясь, внесение изменений и обновление контактной информации на пэкшоте, корректировку данных, показателей в инфографике и графической части роликов, подбор голосов дикторов, подбор или запись музыки и озвучивание инфографики и джингла на пэкшоте.
		3. Исполнитель обеспечивает техническое соответствие созданного видеоролика и доработанных видеороликов ГОСТам, ТУ и иным требованиям вещания федеральных телевизионных каналов, включая соответствие их содержания действующему законодательству, в том числе, но не исключая, рекламному и пенсионному законодательству. Информационные ролики ПФР должны соответствовать условиям показа по аналоговому, цифровому и кабельному телевидению. Исполнитель представляет Заказчику заключение от 2 (двух) федеральных телевизионных каналов о соответствии созданного информационно-разъяснительного видеоролика ПФР (версии 30 (тридцать) и 15 (пятнадцать) секунд) условиям размещения на данном канале.
		4. Срок оказания услуг по производству информационно-разъяснительного видеоролика не позднее 30 апреля 2020 года, срок оказания услуг по доработке информационно-разъяснительных видеороликов не позднее 30 апреля 2020 года, если иной срок не указан в требованиях Заказчика (т.е. в указанный срок все видеоролики (включая созданный видеоролик и доработанные видеоролики и все версии по хронометражу и немые версии видеороликов), должны быть представлены Исполнителем на электронном носителе в соответствии с требованиями раздела
		5 Технического задания и согласованы Заказчиком в порядке, установленном пунктом  4.2 настоящего Технического задания).
	1. **В рамках оказания услуг по размещению (трансляции) информационно-разъяснительных материалов ПФР (видеороликов) в эфире федеральных телеканалов, включая услуги по медиапланированию, Исполнитель обязан обеспечить:**

Медиапланирование и размещение видеороликов в эфире федеральных телеканалов согласно следующим условиям:

3.2.1. Исполнитель обязуется обеспечить медиапланирование размещения видеороликов на телеканалах, на которых будет осуществляться их размещение (трансляция), согласно условиям настоящего Технического задания, а также формирование и согласование с Заказчиком графиков размещения видеороликов (далее – графики).

Согласование графиков должно быть осуществлено в следующем порядке:

Исполнитель формирует и представляет Заказчику на утверждение недельные графики фиксированного размещения видеороликов в эфире федеральных телеканалов в срок не позднее 5 (пяти) календарных дней с даты получения запроса от Заказчика, если иной срок не установлен в запросе. Графики должны содержать информацию:
о дате и времени показа видеоролика и/или рекламного блока, в котором планируется его показ, и/или наименование и времени выхода телепередачи, в которой планируется выход, хронометраж видеоролика, наименование федерального телеканала, наименование видеоролика, выход которого запланирован, ожидаемый прогнозный рейтинг.

Заказчик согласовывает графики в порядке, установленном в пункте 4.2 Технического задания.

3.2.2. В случае наступления обстоятельств, результатом которых является невозможность размещения видеороликов в эфире телеканалов (дни, когда на телеканалах не транслируется реклама (включая объявление дней траура или проведение профилактических работ), Исполнитель уведомляет об этом Заказчика. Заказчиком могут быть согласованы графики переноса данного размещения (в аналогичных объемах) на следующие недели размещения.

3.2.3. Информация о плановом соотношении по тематике размещения видеороликов и видеоролики передаются Заказчиком по запросу Исполнителя в течение 3 (трех) рабочих дней со дня получения такого запроса.

3.2.4. Исполнитель обеспечивает адаптацию информационно-разъяснительных видеороликов и передачу их на телеканалы для их последующего размещения (трансляции) в соответствии с требованиями телеканалов.

3.2.5. В рамках оказания услуг по размещению видеороликов на телеканалах Исполнитель обязан обеспечить размещение информационно-разъяснительных видеороликов ПФР в федеральных блоках классической рекламы в эфире федеральных телевизионных каналов на следующих условиях:

3.2.5.1. Общий (совокупный) плановый объем размещения на пяти федеральных телеканалах должен составить 2 270 GRP 30”, при этом Исполнитель обязан осуществить набор общего объема на телеканалах согласно следующим условиям\*:

- на телеканале с возможностью приема – не менее чем в 99,5 % домохозяйствах Российской Федерации, со среднесуточной долей телесмотрения телеканала в Российской Федерации от 12, % и более – 645 GRP 30”;

- на телеканале с возможностью приема – не менее чем в 99,2 % домохозяйствах Российской Федерации, со среднесуточной долей телесмотрения телеканала в Российской Федерации от 9,0 % до 11,99 % и более – 645 GRP 30”;

- на телеканале(ах) с возможностью приема – не менее чем в 96,2 % домохозяйствах Российской Федерации, со среднесуточной долей телесмотрения телеканала в Российской Федерации от 8 % до 8,99 % – 595 GRP 30”;

- телеканале(ах) с возможностью приема – не менее чем в 96,2 % домохозяйствах Российской Федерации, со среднесуточной долей телесмотрения телеканала в Российской Федерации от 6 % до 7,99 % – 230 GRP 30”,

- телеканале(ах) с возможностью приема – не менее чем в 96,2 % домохозяйствах Российской Федерации, со среднесуточной долей телесмотрения телеканала в Российской Федерации от 5 % до 5,99 % – 155 GRP 30”,

за исключением телеканала «Карусель».

*\* GRP 30 - закупочных рейтингов аудитории телеканала (Первый канал – Все 14-59, Россия1 – Все 18+, НТВ – Все 18+, Пятый канал – Все 25-59, Рен ТВ – Все, 25-54 и т.д.) для хронометража видеоролика 30 секунд*

*\*\* Среднесуточная доля телесмотрения телеканала – среднее количество человек, смотревших телеканал в течение суток, выраженное в процентах от общего количества телезрителей (тех, кто смотрел любой телеканал в течение суток, включая оцениваемый телеканал). По данным Mediascope за период с 15.07.2019 по 21.07.2019 для аудитории возраста от 4 лет и старше, https://mediascope.net/data/?FILTER\_TYPE=tv.*

3.2.5.2. Размещение на каждом из телеканалов, перечисленных в пункте 3.2.5.1 настоящего Технического задания, должно быть обеспечено в январе-апреле 2020 года, при этом объем размещения в период февраль-апрель 2020 года должен составлять не менее 20 % от общего объема размещения на соответствующем телеканале в соответствующем месяце размещения. Допускается отклонение от указанного распределения объемов по месяцам в отношении каждого из телеканалов в пределах ± 5% от объема размещения на соответствующем телеканале. При этом общий объем размещения на федеральных телеканалах за весь период должен составить 100%.

3.2.5.3. Для роликов хронометражем 15 (пятнадцать) секунд Исполнитель обязан обеспечить их размещение с учетом пропорционального перерасчета GRP 30”, т.е. набранный GRP показа 30 секундного ролика приравнивается к GRP 2 (двух) показов 15 секундного ролика.

3.2.5.4. Качество размещения видеороликов ПФР:доля фиксированного размещения должна составить не менее 50 % от общего объема размещения
(в закупочных рейтингах аудитории телеканалов GRP 30”). Выбор телепередач осуществляет Заказчик по рекомендации Исполнителя с учетом прогнозных рейтингов GRP 30” и тематики видеороликов.

Доля «прайм-тайм» (рабочие дни с 19.00 до 24.00, выходные и праздничные дни с 08.00 до 24.00) в отношении размещения на каждом телеканале в каждом месяце размещения должна составить не менее 50 %.

Не допускается размещение более 2 (двух) информационно-разъяснительных видеороликов ПФР в одном рекламном блоке, при этом размещение 2 (двух) одинаковых рекламных роликов в одном рекламном блоке не допускается.

Не допускается размещения информационно-разъяснительных видеороликов ПФР в период времени с 00.00 часов до 6.00 часов утра, как в рабочие, так и в выходные и праздничные дни.

* 1. **В рамках оказания услуг по созданию информационно-разъяснительных аудиороликов ПФР Исполнитель обязан обеспечить:**

3.3.1. Исполнитель на основании информации Заказчика по тематикам, создаваемых аудиороликов, осуществляет разработку 3 (трех) вариантов для каждого аудиоролика и согласование с Заказчиком сценариев, а также подбор музыкального сопровождения и голосов дикторов для дальнейшего производства 3 (трех) аудиороликов ПФР (каждый аудиоролик в версии хронометражем 30 (тридцать) и
45 (сорок пять) секунд). Информация по тематикам создаваемых аудиороликов передается Заказчиком в срок не позднее 20 февраля 2020 года.

3.3.2. Исполнитель обязан осуществить тестирование эффективности воздействия разработанных сценариев аудиороликов на целевые аудитории путем проведения двух расширенных фокус-групп.

Фокус-группы проводятся в соответствии со следующими условиями:

 Состав, возраст, образование, места жительства респондентов фокус-групп, место и дата проведения фокус-групп, а также кандидатура модератора фокус-групп (информация о его образовании и опыте проведения аналогичных работ) должны быть представлены на согласование Заказчику не позднее 3 (трёх) рабочих дней до планируемой даты проведения фокус-группы.

Количество респондентов в фокус-группе должно составлять 6 (шесть) человек (граждан Российской Федерации). Одна фокус-группа проводится для респондентов – жителей любых субъектов Российской Федерации за исключением г. Москвы и Московской области, вторая фокус-группа проводится для жителей г. Москвы и Московской области.

Помещение для проведения фокус-групп (фокус-комната) должно быть оснащено всем необходимым техническим оборудованием – видео-камера, овальный стол для модератора и респондентов, «зеркало Гезелла» из смотровой в аудиторию и т.п. Проведение фокус-групп записывается на электронный носитель, и обеспечивается возможность присутствия представителей Заказчика на проведении фокус-групп.

По итогам проведения фокус-групп Заказчику в срок не позднее 7 (семи) рабочих дней с даты проведения фокус-групп представляется заключение о проведении фокус-групп и видеозапись проведения фокус-групп. Заключение о проведении фокус-групп должно быть подписано модератором.

По результатам проведения фокус-групп Исполнитель производит доработку сценариев в соответствии с результатами проведенных фокус-групп, обобщенными замечаниями и согласованными с Заказчиком изменениями.

3.3.2.1. Если заключение о проведении фокус-групп будет содержать преобладающе негативные оценки респондентов (более 50 %) по каждому из критериев: понятность, привлекательность и информативность сценариев, то Исполнитель обязан обеспечить производство иных вариантов сценариев и повторно провести фокус-группы без нарушения сроков оказания услуг.

3.3.2.2. По результатам проведения фокус-групп Заказчик вправе требовать осуществления Исполнителем переработки и/или замены предложенных вариантов сценариев или внесения в них изменений/дополнений. Исполнитель обязуется переработать и/или внести в них изменения/дополнения и предоставить на согласование Заказчику доработанные или, в случае замены, иные варианты сценарии без увеличения сроков оказания услуг.

3.3.3. Исполнитель, по итогам проведения фокус-групп, представляет Заказчику на согласование сценарии аудиороликов с учетом произведенной доработки, варианты музыкального сопровождения и голосов дикторов для создания информационно-разъяснительных аудиороликов ПФР.

3.3.4. Исполнитель, на основании согласованного сценария, музыкального сопровождения и голоса диктора, осуществляет производство (запись) информационно-разъяснительных аудиороликов ПФР. Исполнитель обязан предусмотреть возможность присутствия представителей Заказчика при записи информационно-разъяснительных аудиороликов ПФР и участие в предварительном монтаже.

3.3.5. Исполнитель обязан осуществить тестирование эффективности воздействия готовых аудиороликов ПФР на целевые аудитории путем проведения двух расширенных фокус-групп.

Фокус-группы проводятся в соответствии со следующими условиями:

Состав, возраст, образование, места жительства респондентов фокус-групп, место и дата проведения фокус-групп, а также кандидатура модератора фокус-групп (информация о его образовании и опыте проведения аналогичных работ) должны быть представлены на согласование Заказчику не позднее 3 (трёх) рабочих дней до планируемой даты проведения фокус-группы.

Количество респондентов в фокус-группе должно составлять 6 (шесть) человек (граждан Российской Федерации). Одна фокус-группа проводится для респондентов – жителей любых субъектов Российской Федерации за исключением г. Москвы и Московской области, вторая фокус-группа проводится для жителей г. Москвы и Московской области.

Помещение для проведения фокус-групп (фокус-комната) должно быть оснащено всем необходимым техническим оборудованием-видео-камера, овальный стол для модератора и респондентов, «зеркало Гезелла» из смотровой в аудиторию и т.п. Проведение фокус-групп записывается на электронный носитель, и обеспечивается возможность присутствия представителей Заказчика на проведении фокус-групп.

По итогам проведения фокус-групп Заказчику в срок не позднее 7 (семи) рабочих дней с даты проведения фокус-групп представляется заключение о проведении фокус-групп и видеозапись проведения фокус-групп. Заключение о проведении фокус-групп должно быть подписано модератором.

3.3.5.1. По результатам проведения фокус-групп Исполнитель производит доработку аудиороликов ПФР в соответствии с результатами проведенных фокус-групп, обобщенными замечаниями и согласованными с Заказчиком изменениями.

3.3.5.2. Если заключение о проведении фокус-групп будет содержать преобладающе негативные оценки респондентов (более 50 %) по каждому из критериев: понятность, привлекательность и информативность аудиороликов ПФР, то Исполнитель, по требованию Заказчика, обязан обеспечить производство иных аудиороликов ПФР и повторно провести фокус-группы без нарушения сроков оказания услуг.

3.3.6. Исполнитель по итогам проведения фокус-групп представляет Заказчику на согласование готовые версии информационно-разъяснительных аудиороликов ПФР (включая все версии по хронометражу) с учетом проведенной доработки на электронном носителе. Аудиоролики согласуются Заказчиком в порядке, установленном п. 4.2 Технического задания.

3.3.7. Готовые информационно-разъяснительные аудиоролики ПФР должны отвечать требованиям действующего законодательства, предъявляемым к содержанию информационно-разъяснительных материалов, в том числе пенсионного законодательства и законодательства о рекламе, а также требованиям радиостанций перечисленных в подпункте 3.4.5 Технического задания. При передаче Исполнителем Заказчику созданных в ходе оказания услуг аудиороликов Исполнитель гарантирует:

- что ни в целом, ни какие-либо их части и материалы, не будут нарушать права собственности, авторские, смежные, другие интеллектуальные, личные, гражданские, договорные и иные права третьих лиц, а также не нанесут ущерба чести, достоинству и деловой репутации;

- что они не будут содержать незаконных или запрещенных к обнародованию материалов.

* 1. **В рамках оказания услуг по размещению (трансляции) информационно-разъяснительных материалов ПФР (аудиороликов) в эфире радиостанций, включая услуги по медиапланированию, Исполнитель обязан обеспечить:**

 Медиапланирование и размещение аудиороликов в эфире радиостанций согласно следующим условиям:

* + 1. Исполнитель обязуется обеспечить эффективное медиапланирование фиксированного размещения аудиороликов на радиостанциях, на которых будет осуществляться их размещение (трансляция), согласно условиям Технического задания, а также формирование и согласование с Заказчиком графиков размещения аудиороликов (далее – графики).

Согласование графиков осуществляется в следующем порядке: Исполнитель формирует и представляет Заказчику на утверждение графики фиксированного размещения аудиороликов на радиостанциях за указанный Заказчиком период в срок не позднее пяти 5 (пяти) календарных дней с даты получения запроса от Заказчика, если иной срок не установлен в запросе.Графики должны содержать информацию о периоде размещения, дате выхода каждого аудиоролика ПФР, временном интервале выхода аудиоролика, выход которого запланирован, наименование радиостанций, временных интервалах выходов, наименовании и хронометраже аудиоролика, выход которого запланирован.

Заказчик согласовывает графики в порядке, установленном в пункте 4.2 Технического задания.

* + 1. В случае наступления обстоятельств, результатом которых является невозможность размещения аудиороликов в эфире радиостанций (дни, когда на радиостанциях не транслируется реклама (включая объявление дней траура или проведение профилактических работ) и уведомление Исполнителем об этом Заказчика в порядке, определенном положениями Контракта, Заказчиком могут быть согласованы графики переноса данного размещения (в аналогичных объемах) на следующие недели размещения.
		2. Информация о плановом соотношении по тематике размещения аудиороликов передается Заказчиком по запросу Исполнителя в течение 3 (трёх) рабочих дней со дня получения такого запроса.
		3. Исполнитель обеспечивает передачу аудиороликов на радиостанции для их последующего размещения (трансляции) в соответствии с их техническими требованиями.
		4. Исполнитель обязуется обеспечить фиксированное размещение (трансляцию) аудиороликов ПФР в количестве не менее 1 968 трансляций в федеральных (сетевых) блоках рекламы 17 радиостанций, транслирующихся на всей территории Российской Федерации, где осуществляется их вещание, а именно:

- Европа Плюс – 132 выходов;

- Ретро FM – 132 выходов;

- Радио 7 на семи холмах – 132 выходов

- Дорожное радио – 132 выходов

- Спорт FM и/или Studio 21 – 132 выходов

- Новое Радио – 132 выходов;

- Русское Радио – 104 выхода;

- DFM – 104 выхода;

- ХИТ FM – 104 выхода;

- Maximum – 104 выхода;

- Авторадио – 104 выхода;

- Юмор ФМ – 104 выхода;

- Energy – 104 выхода;

- Comedy Radio – 104 выхода;

- Вести – 120 выхода;

- Маяк – 112 выхода;

- Радио России – 112 выхода.

* + 1. Размещение на радиостанциях, перечисленных в подпункте 3.4.5 Технического задания, фиксированное в январе-апреле 2020 года и должно быть обеспечено соразмерным (25 % в январе, 25 % в феврале, 25 % в марте, 25 % в апреле) распределением объема размещения по месяцам в отношении каждой радиостанции. Допускается отклонение от указанного распределения объемов по месяцам в отношении каждой радиостанции в пределах ± 5 % от объема размещения на соответствующей радиостанции. При этом общий объем размещения на радиостанциях за весь период должен составить 100 %.
		2. Исполнитель на каждой радиостанции, обязан обеспечить следующее распределение выходов аудиороликов по временным интервалам:
* 33 % выходов аудиороликов на каждой радиостанции во временном интервале
с 07.00 до 11.00 (время МСК);
* 34 % выходов аудиороликов на каждой радиостанции во временном интервале
с 11.00 до 17.00 (время МСК);
* 33 % выходов аудиороликов на каждой радиостанции во временном интервале
с 17.00 до 20.00 (время МСК).

 Допускается отклонение от указанного распределения выходов роликов по временным интервалам в пределах ± 5 % от объема размещения на соответствующей радиостанции в соответствующем временном интервале. Общий объем выходов аудиороликов на радиостанциях по временным интервалам должен составить 100 %.

* + 1. Качество размещения информационно-разъяснительных аудиороликов ПФР на радиостанциях:

- размещение аудиороликов во временном интервале с 20.00 до 07.00 (время МСК), а также размещение двух и более аудиороликов в одном рекламном блоке не допускается;

- хронометраж аудиороликов – 30 секунд и 45 секунд. На каждой радиостанции размещение 45-секундных аудиороликов должно быть обеспечено в объеме не менее 40 % от общего количества выходов аудиороликов на радиостанции.

* 1. **В рамках оказания услуг по созданию информационно-разъяснительных баннеров и размещению в сети Интернет, включая услуги по медиапланированию, Исполнитель обязан обеспечить:**
		1. Исполнитель на основании информации Заказчика по тематикам и типам (баннер (видеобаннер), информационно-разъяснительный видеоролик) создаваемых информационно-разъяснительных материалов, осуществляет разработку и согласование с Заказчиком:

- не менее 2 (двух) вариантов креативных решений для дальнейшего создания 2 (двух) информационно-разъяснительных баннеров (видеобаннеров);

- не менее 2 (двух) вариантов креативных решений для дальнейшего создания 2 (двух) анимационных информационно-разъяснительных видеороликов хронометражем 15 секунд каждый для размещения в сети Интернет.

3.5.2. Исполнитель обязан осуществить тестирование эффективности воздействия разработанных креативных решений на целевые аудитории путем проведения 2 (двух) расширенных фокус-групп.

Фокус-группы проводятся в соответствии со следующими условиями:

Состав, возраст, образование, места жительства респондентов фокус-групп, место и дата проведения фокус-групп, а также кандидатура модератора фокус-групп (информация о его образовании и опыте проведения аналогичных работ) должны быть представлены на согласование Заказчику не позднее 3 (трёх) рабочих дней до планируемой даты проведения фокус-группы.

Количество респондентов в фокус-группе должно составлять 6 (шесть) человек (граждан Российской Федерации). Одна фокус-группа проводится для респондентов – жителей любых субъектов Российской Федерации за исключением г. Москвы и Московской области, вторая фокус-группа проводится для жителей г. Москвы и Московской области.

Помещение для проведения фокус-групп (фокус-комната) должно быть оснащено всем необходимым техническим оборудованием – видео-камера, овальный стол для модератора и респондентов, «зеркало Гезелла» из смотровой в аудиторию и т.п. Проведение фокус-групп записывается на электронный носитель, и обеспечивается возможность присутствия представителей Заказчика на проведении фокус-групп.

По итогам проведения фокус-групп Заказчику в срок не позднее 7 (семи) рабочих дней с даты проведения фокус-групп представляется заключение о проведении фокус-групп и видеозапись проведения фокус-групп. Заключение о проведении фокус-групп должно быть подписано модератором.

По результатам проведения фокус-групп Исполнитель производит доработку креативных решений в соответствии с результатами проведенных фокус-групп, обобщенными замечаниями и согласованными с Заказчиком изменениями.

* + - 1. Если заключение о проведении фокус-групп будет содержать преобладающе негативные оценки респондентов (более 50 %) по каждому из критериев: понятность, привлекательность и информативность сценариев, то Исполнитель обязан обеспечить производство иных вариантов креативных решений и повторно провести фокус-группы без нарушения сроков оказания услуг.
			2. По результатам проведения фокус-групп Заказчик вправе требовать осуществления Исполнителем переработки и/или замены предложенных вариантов креативных решений или внесения в них изменений/дополнений. Исполнитель обязуется переработать и/или внести в них изменения/дополнения и предоставить на согласование Заказчику доработанные или, в случае замены, иные варианты креативных решений без увеличения сроков оказания услуг.
			3. Исполнитель, по итогам проведения фокус-групп, представляет Заказчику на согласование креативные решения с учетом произведенной доработки.
		1. Исполнитель, на основании согласованных креативных решений осуществляет: создание (производство) 2 (двух) информационно-разъяснительных баннеров (видеобаннеров) и 2 (двух) анимационных информационно-разъяснительных видеороликов хронометражем 15 (пятнадцать) секунд каждый для размещения в сети Интернет. Исполнитель обязан предусмотреть возможность присутствия представителей Заказчика при производстве баннеров (видеобаннеров) и видеороликов ПФР.
			1. Исполнитель обязан осуществить тестирование эффективности воздействия готовых информационно-разъяснительных баннеров (видеобаннеров) и анимационных информационно-разъяснительных видеороликов ПФР на целевые аудитории путем проведения двух расширенных фокус-групп.

Фокус-группы проводятся в соответствии со следующими условиями:

Состав, возраст, образование, места жительства респондентов фокус-групп, место и дата проведения фокус-групп, а также кандидатура модератора фокус-групп (информация о его образовании и опыте проведения аналогичных работ) должны быть представлены на согласование Заказчику не позднее 3 (трёх) рабочих дней до планируемой даты проведения фокус-группы.

Количество респондентов в фокус-группе должно составлять 6 (шесть) человек (граждан Российской Федерации). Одна фокус-группа проводится для респондентов – жителей любых субъектов Российской Федерации за исключением г. Москвы и Московской области, вторая фокус-группа проводится для жителей г. Москвы и Московской области.

Помещение для проведения фокус-групп (фокус-комната) должно быть оснащено всем необходимым техническим оборудованием-видео-камера, овальный стол для модератора и респондентов, «зеркало Гезелла» из смотровой в аудиторию и т.п. Проведение фокус-групп записывается на электронный носитель, и обеспечивается возможность присутствия представителей Заказчика на проведении фокус-групп.

По итогам проведения фокус-групп Заказчику в срок не позднее 7 (семи) рабочих дней с даты проведения фокус-групп представляется заключение о проведении фокус-групп и видеозапись проведения фокус-групп. Заключение о проведении фокус-групп должно быть подписано модератором.

* + - 1. По результатам проведения фокус-групп Исполнитель производит доработку информационно-разъяснительных баннеров (видеобаннеров) и анимационных информационно-разъяснительных видеороликов ПФР в соответствии с результатами проведенных фокус-групп, обобщенными замечаниями и согласованными с Заказчиком изменениями.
			2. Если заключение о проведении фокус-групп будет содержать преобладающе негативные оценки респондентов (более 50 %) по каждому из критериев: понятность, привлекательность и информативность информационно-разъяснительных баннеров (видеобаннеров), видеороликов ПФР, то Исполнитель, по требованию Заказчика, обязан обеспечить доработку или производство иных информационно-разъяснительных баннеров (видеобаннеров) и/или анимационных информационно-разъяснительных видеороликов ПФР и повторно провести фокус-группы без нарушения сроков оказания услуг.
			3. Исполнитель по итогам проведения фокус-групп и в согласованный с Заказчиком срок представляет Заказчику на согласование готовые версии информационно-разъяснительных баннеров (видеобаннеров) и анимационных информационно-разъяснительных видеороликов ПФР на электронном носителе. Информационно-разъяснительные баннеры (видеобаннеры), анимационные информационно-разъяснительные видеоролики ПФР согласуются Заказчиком в порядке, установленном подпунктом 4.2 Технического задания.
		1. Исполнитель в течение всего срока действия контракта осуществляет доработку и внесение изменений в информационно-разъяснительный промо-сайт ПФР, ориентированный на старшеклассников и студентов, посвященный вопросам формирования будущей пенсии (далее – промо-сайт) в соответствии с требованиями Заказчика.
		2. Готовые информационно-разъяснительные баннеры (видеобаннеры) и анимационные информационно-разъяснительные видеоролики ПФР, промо-сайт ПФР должны отвечать требованиям действующего законодательства, предъявляемым к содержанию информационно-разъяснительных материалов, в том числе пенсионного законодательства и законодательства о рекламе. При передаче Исполнителем Заказчику созданных в ходе оказания услуг информационно-разъяснительных баннеров (видеобаннеров) и анимационных информационно-разъяснительных видеороликов ПФР, а также доработанного промо-сайта ПФР Исполнитель гарантирует:

- что ни в целом, ни какие-либо их части и материалы, не будут нарушать права собственности, авторские, смежные, другие интеллектуальные, личные, гражданские, договорные и иные права третьих лиц, а также не нанесут ущерба чести, достоинству и деловой репутации;

- что они не будут содержать незаконных или запрещенных к обнародованию материалов.

* 1. Исполнитель до начала размещения информационно-разъяснительных материалов в сети Интернет предоставляет Заказчику on-line доступ (1 пароль) к статистике их размещения на Интернет-ресурсах на базе системы управления рекламой (система AdRiver или эквивалент) на весь период оказания услуг по государственному контракту.\*

*\*За исключением размещения на интернет-ресурсах «Яндекс.ру» (*[*www.yandex.ru*](http://www.yandex.ru)*).*

* 1. В рамках оказания услуг по размещению информационно-разъяснительных материалов ПФР в сети Интернет Исполнитель в соответствии с медиапланом, утвержденным Заказчиком, обеспечивает подготовку, адаптацию и размещение информационных материалов в следующих объемах и форматах на следующих интернет-ресурсах (сайтах):

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование****Интернет-ресурса** | **Объем размещения** | **Параметры качества размещения и формат информационно-** **разъяснительного материала ПФР** |
| «Яндекс.ру»([www.yandex.ru](http://www.yandex.ru)) | 70 000 тыс. показов | Баннеры размером 728х90 пикселей и/или аналогичного по площади. Размещение на главной странице Интернет-ресурса, с геотаргетингом Россия |
| «Яндекс.ру»(www.yandex.ru) | 45 000 тыс. показов | Баннеры размером 240х400, и/или 300х250, и/или 728х90, и/или 300х300 пикселей. Размещение на всех страницах Интернет-проектов Яндекс (пяти проектов из возможных: Новости, Погода, Почта, Карты, Пробки, Музыка, Телепрограмма, Афиша, Auto.ru, Каталог, Недвижимость, Работа, Расписание, Фотки), с возрастным таргетингом 25-44 года и с геотаргетингом Россия |
| «Мейл.ру»(www.mail.ru) | 31 000 тыс. показов | Баннеры размером 300х300 пикселей Размещение на главной странице Интернет-ресурса, с возрастным таргетингом 18-55 лет, с геотаргетингом Россия и ограничением частоты 4-х показов одному уникальному пользователю в месяц |
| «Почта мейл.ру»(www.e.mail.ru) | 21 000 тыс. показов | Баннеры размером 240х400 пикселей и/или 300х300 пикселей. Размещение на внутренних страницах раздела «Почта», с возрастным таргетингом 18-55 лет, с геотаргетингом Россия |
| «КП.ру»(www.kp.ru) | 1 500 тыс. показов | Баннер "перетяжка" 1920х348 (для мобильных устройств), с геотаргетингом Россия, и/или аналогичный по площади |
| 1 500 тыс. показов | Баннер "перетяжка" 1000х250 (для десктопа), с геотаргетингом Россия, и/или аналогичный по площади |
| 80 тыс. показов | Создание\* (не более 4 видеопостов) и размещение видеопостов хронометражем до 3 минут каждый в официальных сообществах КП в соцсетях: Facebook, и/или Twitter, и/или ВКонтакте, и/или Одноклассники, и/или Instagram |
| 500 тыс. показов | Размещения видеопостов хронометражем до 3 минут каждый в личной ленте пользователей ВКонтакте, с отчетностью в виде скриншота со статистикой из личного кабинета в ВК |
| «Аиф.ру»(www.aif.ru) | 1 500 тыс. показов | Баннеры размером 240х400 пикселей и/или 300х300 пикселей. Размещение на внутренних страницах Интернет-ресурса, с геотаргетингом Россия |
| «МК.RU»(www.mk.ru) | 1 500 тыс. показов | Баннеры размером 240х400 пикселей и/или 300х300 пикселей. Размещение на внутренних страницах Интернет-ресурса, с геотаргетингом Россия |
| «Коммерсант.ru»(www.kommersant.ru) | 2 400 тыс. показов | Баннеры размером 240х400 пикселей и/или 300х300 пикселей. Размещение баннеров на внутренних страницах Интернет-ресурса, с геотаргетингом Россия и частотой 3-х показов одному уникальному пользователю в неделю |
| «РБК»(www.rbc.ru) | 10 000 тыс. показов | Баннер 240х400 первый, и/или 240х400 второй по доскролу на страницах: РБК, РБК ТВ, Autonews.ru, РБК Стиль, РБК Спорт, Quote.rbc.ru, Zoom.cnews.ru, РБК Pink, и/или 300х300 пикселей |
| «Интерфакс»(www.interfax.ru) | 3 690 тыс. показов | Баннеры размером 240х400 пикселей, и/или 300х300 пикселей с геотаргетингом Россия |
| «РИА.ру»(https://ria.ru) | 4 240 тыс. показов | Баннеры размером 240х400 пикселей и/или 300х300 пикселей. Размещение на внутренних страницах Интернет-ресурса, с геотаргетингом Россия |
| Rambler.ru/Новости | 500 тыс. показов | Баннеры размером 100%х250 пикселей и/или аналогичной площади. Размещение баннеров на внутренних страницах мобильной версии Интернет-ресурса, с геотаргетингом Россия |
| «Лента.ру»(https://lenta.ru) | 750 тыс. показов | Баннеры размером 100%х250 пикселей и/или аналогичной площади. Размещение баннеров на внутренних страницах мобильной версии Интернет-ресурса, с геотаргетингом Россия |
| «Vc.ru»(https://vc.ru/) | 2 100 тыс. показов | Баннеры размером 1200х400 пикселей и/или аналогичной площади. Размещение на внутренних страницах мобильной версии Интернет-ресурса, с геотаргетингом Россия |
| Пенсионер.ру | 4 месяца | На главной странице |
| «OK.ru»(www.odnoklassniki.ru) | 38 200 тыс. показов | Баннеры размером 240х400 пикселей и/или 300х300 пикселей. Размещение на внутренних страницах Интернет-ресурса (исключая размещение на главной странице), с возрастным таргетингом 18-55 лет, с геотаргетингом Россия |
| «ТАСС»([www.tass.ru](http://www.tass.ru)) | 800 тыс. показов | Баннер 100%х110 пикселей |
| 250 тыс. показов | Баннер 100%х250 пикселей |
| 1 400 тыс. показов | Баннер 300х600 |
| 600 тыс. показов | Текстово-графический блок |
| «Rutube.ru»(www.rutube.ru) | 1 500 тыс. показов | Видеоролики хронометражем 15 секунд перед основным роликом интернет-ресурса на страницах с видеоплеером на web-странице или в приложении интернет-ресурса, с геотаргетингом Россия и с ограничением частоты 4-х показов одному уникальному пользователю в неделю |
| «Вконтакте»(www.vk.com) | 12 400 тыс. показов | Видеоролики хронометражем 15 секунд перед основным роликом интернет-ресурса на страницах с видеоплеером на web-странице или в приложении интернет-ресурса, с геотаргетингом Россия и с ограничением частоты 4-х показов одному уникальному пользователю в неделю |
| «OK.ru»(www.odnoklassniki.ru) | 38 870 тыс. показов | Видеоролики хронометражем 15 секунд в ленте событий пользователя на страницах интерент-ресурса или в приложнии интернет-ресурса с возрастным таргетингом старше 18 лет и с геотаргетингом Россия |

*\* Заказчик в течение 5(пяти) рабочих дней с даты получения запроса Исполнителя передает данные о тематике видеопоста. Исполнитель обеспечивает разработку и согласование с Заказчиком креативной концепции для создания видеопоста хронометражем до 3 минут. На основе утвержденной креативной концепции Исполнитель создает видеопост хронометражем до 3 минут. Созданный видеопост должен быть согласован с Заказчиком в срок не позднее 5 рабочих дней до начала его размещения. Исполнитель, при наличии замечаний у Заказчика, осуществляет доработку креативной концепции и/или созданного видеопоста и повторно представляет их на утверждение Заказчику.*

* + 1. Общий период размещения информационно-разъяснительных материалов в сети Интернет (баннеров (видеобаннеров) видеороликов, видеопостов, текстово-графических блоков) – январь-апрель 2020 года. Точные периоды показов на каждом из Интернет-ресурсов определяются в Медиаплане.
		2. Для указанных интернет-ресурсов должен быть установлен геотаргетинг – Россия, а также исключен их показ в составе контента для детей и контента для взрослых, содержащего сцены сексуального характера.
		3. Исполнитель обеспечивает медиапланирование размещения информационно-разъяснительных материалов Заказчика в сети Интернет согласно следующим условиям:

3.7.3.1.Исполнитель в срок не позднее 10 рабочих дней с даты заключения Контракта осуществляет разработку и представляет Заказчику для согласования Медиаплан размещения информационно-разъяснительных материалов Заказчика на Интернет-ресурсах, перечисленных в пункте 3.7 Технического задания, в период с января по апрель 2020 года с указанием объемов размещения (на каждом Интернет-ресурсе) по неделям размещения (по тексту – Медиаплан). Медиаплан должен соответствовать положениям Технического задания.

3.7.3.2. Исполнителем должно быть обеспечено размещение в январе-феврале 2020 года в объеме 40 % от общего объема размещения, в марте-апреле 2020 года в объеме 60 % от общего объема размещения в сети Интернет с соразмерным (20 % в январе, 20 % в феврале, 30 % в марте, 30 % в апреле) распределением объема размещения по месяцам. Допускается отклонение от указанного распределения объемов по месяцам в отношении каждого интернет-ресурса в пределах ± 5 % от объема размещения на соответствующем интернет-ресурсе. При этом общий объем размещения в Интернете за весь период должен составить 100 %.

3.7.3.3. Заказчик в срок не позднее 5 (пяти) рабочих дней рассматривает и согласовывает представленный Медиаплан или представляет свои замечания, дополнения, на основании которых Исполнитель в срок не позднее 3 (трех) рабочих дней осуществляет его доработку.

3.7.3.4. Заказчик, исходя из целей и задач информационно-разъяснительной работы, вправе вносить изменения в Медиаплан с уведомлением Исполнителя не менее чем за 3 (три) рабочих дня до начала недели размещения, по которой вносятся изменения. Исполнитель обязан осуществить заявленные Заказчиком изменения в Медиаплан без изменения качества оказания услуг.

* + 1. В случае изменения дизайна Интернет-ресурсов с соответствующим изменением мест размещения баннеров, видеороликов и информационных материалов для Интернет-ресурсов, не позволяющих технически осуществить размещение на согласованных условиях, Исполнитель обязан своевременно предоставить Заказчику документы, подтверждающие изменения мест размещения, и по согласованию с Заказчиком произвести размещение баннеров, видеороликов и информационных материалов для Интернет-ресурсов без ухудшения мест, качества и сроков размещения.
	1. В случае изменений в пенсионном и социальном законодательстве или в сведениях, содержащихся в информационно-разъяснительных материалах ПФР, в том числе видеороликах, аудиороликах, баннерах ПФР, видеороликах для размещения в сети Интернет, Исполнитель обязан в течение всего срока исполнения государственного контракта по требованию Заказчика обеспечить внесение изменений в информационно-разъяснительные видео- и аудиоролики ПФР, подлежащие трансляции на телеканалах и радиостанциях, баннеры (видеобаннеры), видеоролики для размещения в сети Интернет и промо-сайт ПФР согласно условиям настоящего Технического задания, в срок не позднее 5 (пяти) рабочих дней с даты получения такого требования, с предоставлением готовых материалов на электронном носителе с приложением созданных файлов (для баннеров) в формате PDF .
	2. В случае прекращения работы/деятельности телеканалов, радиостанций, интернет-ресурсов (сайтов), перечисленных в настоящем Техническом задании (или приостановления работы/деятельности), Исполнитель обязан своевременно предоставить Заказчику документы, подтверждающие прекращение или приостановление работы/деятельности телеканала и/или радиостанции, и/или сайта (интернет-ресурса), и по согласованию с Заказчиком, произвести размещение информационно-разъяснительных видеороликов, аудиороликов, баннеров ПФР на ином телеканале, радиостанции, сайте, обладающими параметрами и /или характеристиками не ниже телеканала или радиостанции, или сайта, прекративших/приостановивших работу. Размещение должно быть осуществлено, с сохранением общих объемов и качества размещения и общих сроков размещения.

**4. Организация взаимодействия с Заказчиком при оказании услуг.**

4.1. Для осуществления контроля над ходом оказания услуг Исполнитель по запросу Заказчика представляет необходимую документацию, относящуюся к услугам, и создает Заказчику условия для проверки хода оказания услуг по Контракту.

4.2. Согласование любых разработанных Исполнителем материалов по настоящему Техническому заданию, в том числе сценариев аудиороликов, креативных концепций для производства видеороликов, креативных решений для создания баннеров (видеобаннеров) и видеороликов для размещения в сети Интернет, доработанных и созданных видеороликов, готовых баннеров и/или видеороликов для размещения в сети Интернет, информации о проведении фокус-групп, готовых информационно-разъяснительных аудиороликов ПФР, графиков размещения информационно-разъяснительных видеороликов ПФР на телеканалах и аудиороликов ПФР на радиостанциях, Медиа-плана размещения баннеров и видеороликов в сети Интернет, доработанного промо-сайта ПФР и иной существенной информации, осуществляется Сторонами в следующем порядке:

4.2.1. Исполнитель в сроки, установленные Техническим заданием, осуществляет разработку и представление Заказчику на согласование материалов. Представление материалов должно быть осуществлено в соответствии с пунктом 4.5 Технического задания.

4.2.2. Заказчик в срок не позднее 4 (четырех) рабочих дней с даты получения таких материалов согласует их или направляет Исполнителю свои замечания, изменения или дополнения.

4.2.3. Исполнитель осуществляет доработку материалов с учетом замечаний/изменений/дополнений Заказчика и предоставляет на согласование Заказчику материалы с учетом осуществленных доработок без нарушения установленных сроков оказания соответствующих услуг.

4.2.4. Доработанные материалы, представленные Исполнителем, согласуются Заказчиком в порядке и сроки установленные подпунктом 4.2.2 Технического задания.

4.3. Заказчик имеет право требовать отчеты о ходе оказания услуг согласно условиям Технического задания. Исполнитель по запросу Заказчика в срок не позднее 3 (трех) рабочих дней с даты получения такого запроса предоставляет Заказчику материалы, подтверждающие оказание услуг, согласно условиям настоящего Технического задания.

4.4. Взаимодействие Сторон в целях оказания услуг по Техническому заданию осуществляется путем проведения совместных рабочих встреч и путем осуществления официальной переписки по любым вопросам или действиям, предусмотренным положениями настоящего Технического задания.

4.5. Официальное представление любых разработанных или иных материалов, результатов, документов, предусмотренных положениями настоящего Технического задания должно осуществляться путем представления или передачи или направления их на имя Заказчика с сопроводительным письмом в экспедицию Заказчика по адресу: 119991, г. Москва, ул. Шаболовка, д. 4.

**5. Отчетность об оказании услуг:**

В срок не позднее 10 (десяти) рабочих дней с даты окончания срока оказания услуг Исполнитель обязан представить Заказчику совместно с актами о приемке оказанных услуг отчет об оказанных услугах.

Отчет представляется Исполнителем на бумажном носителе (формат А4 в 2 экз.) и на электронном носителе (в формате Microsoft Word) и должен содержать описание оказанных услуг, предусмотренных Техническим заданием, и документы, подтверждающие оказание услуг, а именно:

- В отношении создания (производства) видеоролика отчет должен содержать описание оказанных услуг с приложением всех разработанных и согласованных Заказчиком креативных концепций для производства видеоролика, результатов проведения фокус-групп с приложением видеозаписей, анкет участников и модератора и заключений проведения фокус-групп; указанием составов съемочной и административной групп, приложением анкет исполнителей, принявших участие в кастинге, видеозаписи кастинга, мест проведения съемок включая согласованные, документов, подтверждающих передачу прав, и заключение соглашений с актерами/исполнителями, диктором, режиссером, сценаристом, композитором/или правообладателями музыкальных произведений, используемых в видеороликах (если такие будут), фотографом, иные документы, подтверждающие оказание услуг в полном объеме.

Созданный видеоролик, в том числе исходные материалы (видеоряд, отдельно записанные звуковые дорожки с фонограммой, фоновыми звуками, музыкой), а также фотографии со съемки в формате .raw и формате .jpeg первого сохранения с максимальным качеством представляются Заказчику на электронном носителе в количестве 3 (трех) экземпляров.

Информационно-разъяснительные видеоролики и фотографии передаются Заказчику совместно с отчетом об оказании услуг и приложением заключений не менее чем от двух федеральных телевизионных каналов о соответствии видеороликов стандартам размещения на данном канале и паспортов видеороликов, заверенных подписью уполномоченного лица и печатью Исполнителя. В паспортах видеороликов Исполнитель указывает авторов видеороликов, согласно п. 2 ст. 1263 ГК РФ, а также полные сведения о произведениях, вошедших составной частью в видеоролики, в т.ч. наименование произведений, авторов или правообладателя, дикторов. Паспорта видеороликов хронометражем 30 (тридцать) и 15 (пятнадцать) секунд должны соответствовать требованиям федеральных телеканалов.

- В отношении размещения видеороликов на федеральных телеканалах, включая услуги по медиапланированию, отчет должен содержать: копии согласованных графиков фиксированного размещения видеороликов в эфире федеральных телеканалов; описание/указание: количества выходов видеороликов на каждом телеканале,
с разбивкой по тематике роликов, телеканалам и периодам (месяцам размещения), хронометражу и количестве GRP 30”, набранных каждым выходом, с указанием доли выходов в прайм-тайм и доле фиксированного размещения, охват.

С приложением подтверждающих документов, а именно:

- оригиналов эфирных справок, подтверждающих размещение на телеканалах, выданных соответствующими федеральными телеканалами или уполномоченными оганизациями (с приложением документов, подтверждающих такие полномочия) подтверждающие выходы видеороликов (с указанием их наименований) в периоды размещения;

* отчет «Мониторинг телевизионной рекламной кампании согласно представленному медиа-плану» компании, осуществляющей измерение и исследование телерекламы и обладающей техническим оснащением для проведения измерений и исследований телерекламы с использованием специальных приборов – пиплметров, которые устанавливаются в домохозяйствах панельной выборки (количество домохозяйств в исследовании не менее чем 2 500), содержащий информацию о количестве вышедших в эфире телеканалов видеороликов (с указанием официальных наименований видеороликов) и сумме набранных рейтингов GRP30” по каждому выходу информационно-разъяснительного видеоролика ПФР.

 - В отношении создания (производства) аудиороликов – отчет должен содержать описание оказанных услуг с указанием используемого музыкального произведения, состава дикторов, приложением документов, подтверждающих передачу прав и заключение соглашений с исполнителями, диктором, композитором/или правообладателями музыкальных произведений, используемых в аудиороликах (если такие будут), результаты проведения фокус-групп с приложением видеозаписей, анкет участников и модератора и заключений проведения фокус-групп; созданные аудиоролики на электронных носителях в количестве 2 (двух) экземпляров и исходные материалы, записанные на цифровом носителе в количестве 2 (двух) экземпляров, первого сохранения с максимальным качеством.

- В отношении размещения аудиороликов на радиостанциях, включая услуги по медиапланированию, отчет должен содержать:

Копии согласованных графиков размещения аудиороликов в эфире радиостанций; описание/указание количества выходов аудиороликов по каждой радиостанции с отражением хронометража ролика, временного интервала выхода, тематики и наименования ролика; охват; с приложением подтверждающих документов, а именно:

* оригиналов эфирных справок, подтверждающих размещение информационно-разъяснительных аудиороликов ПФР на радиостанциях, выданных соответствующими радиостанциями или уполномоченными организациями (с приложением документов, подтверждающих такие полномочия), подтверждающие выходы аудиороликов (с указанием их наименований) в периоды размещения.
* В отношении доработки видеороликов и аудиороликов (в т.ч. в соответствии с
п.3.9 Технического задания) отчет должен содержать подробное описание выполненных работ с приложением: видеороликов с осуществленными доработками на электронных носителях с записанными видеороликами, а также аудиоролики (в том числе исходные файлы) с осуществленными доработками на электронных носителях.
* В отношении производства информационно-разъяснительных баннеров (видеобаннеров), видеороликов, промо-сайта ПФР для размещения в сети Интернет: все созданные информационно-разъяснительные материалы Заказчика в исходных файлах и pdf; результаты проведения фокус-групп с приложением видеозаписей, анкет участников и модератора и заключений проведения фокус-групп.
* В отношении размещения информационно-разъяснительных материалов в сети Интернет:
* в отношении размещения информационных баннеров на Интернет-ресурсах
отчет должен содержать описание и указание наименования Интернет-ресурса, количества показов баннеров с разбивкой по тематикам на каждом из ресурсов, периодов показов, мест размещения каждого из информационного баннера, количества кликов и CTR (отношение числа кликов по баннеру, к числу его показов) по каждому информационному баннеру, иной информации с приложением подтверждающих документов, а именно: оригиналы писем от всех Интернет-ресурсов (либо от компаний, объединяющих группу ресурсов-селлеров, либо от компаний, предоставляющих независимый мониторинг факта и объема размещения), на которых были размещены информационные баннеры, с подтверждением объемов, сроков, качества и мест размещения; скриншоты размещений по каждому Интернет-ресурсу, где проводилось размещение, с датой размещения материала, датой и временем скриншота, подтверждающие размещение информационных баннеров в соответствии с установленными требованиями настоящего Технического задания;
* в отношении размещения видеороликов на Интернет-ресурсах отчет должен содержать описание и указание наименования Интернет-ресурса, количества просмотров на каждом из ресурсов с разбивкой по тематикам видеороликов, длительности просмотра видеороликов, периода размещения, места размещения видеороликов, иной информации с приложением подтверждающих документов, а именно: оригиналы писем от всех Интернет-ресурсов (либо от компаний, объединяющих группу ресурсов-селлеров, либо от компаний, предоставляющих независимый мониторинг факта и объема размещения), на которых были размещены информационные видеоролики, с подтверждением объемов, сроков, качества и мест размещения и скриншоты размещений видеороликов по каждому Интернет-ресурсу, где проводилось размещение с датой размещения видеоролика и датой и временем создания скриншота, подтверждающие размещение информационных баннеров в соответствии с требованиями настоящего Технического задания;
* в отношении других информационно-разъяснительных материалов отчет должен содержать описание и указание наименования Интернет-ресурса, типов информационно-разъяснительных материалов, количества просмотров, периода размещения, места размещения, иной информации с приложением подтверждающих документов, а именно: оригиналы писем от Интернет-ресурса (либо от компаний, объединяющих группу ресурсов-селлеров, либо от компаний, предоставляющих независимый мониторинг факта и объема размещения), на которых были размещены информационно-разъяснительные материалы, с подтверждением объемов, сроков, качества и мест размещения и скриншоты размещений с датой размещения и датой и временем создания скриншота, подтверждающие размещение в соответствии с требованиями настоящего Технического задания.

Письма от Интернет-ресурсов (либо от компаний, объединяющих группу ресурсов-селлеров, либо от компаний, предоставляющих независимый мониторинг факта и объема размещения) должны быть подписаны руководителем (или лицом, уполномоченным на подписание таких писем) и содержать оттиск печати организации, а также содержать документы и информацию о том, на каком основании такие компании (и/или уполномоченное лицо) уполномочены подтверждать размещение на Интернет-ресурсах.

Исполнитель обязан представить информацию о суммарных количественных и качественных показателях размещения видеороликов и аудиороликов на федеральных телеканалах и радиостанциях, баннеров и видеороликов в сети Интернет и о соответствии этих показателей требованиям Контракта.

В состав отчета, предоставляемого на электронном носителе, должны быть включены все документы, предоставленные в составе отчета на бумажном носителе (включая сканированные копии всех подтверждающих документов). Срок сдачи отчета не входит в срок оказания услуг. Все листы отчета Исполнителя должны быть прошиты и пронумерованы. Отчет должен содержать опись входящих в его состав документов, быть скреплен печатью Исполнителя и подписан Исполнителем или лицом, уполномоченным Исполнителем.