

## Хартия принципов проведения эффективных тендеров в украинской ивент-индустрии

### 1. Конкурс на проведение мероприятия должен быть прозрачным

Под прозрачным тендером мы понимаем такую форму конкурса, в которой все участники знают друг о друге, получают идентичную информацию от компании-организатора, имеют одинаковое время на подготовку предложения и равные возможности по представлению своих презентаций.

### 2. Отбор и приглашение участников

Отбор участников проводится компанией-организатором тендера. Выбрав потенциальных участников, организатор направляет им официальное приглашение на участие в конкурсе и бриф по электронной почте. Все участники стоят в открытой копии.

Количество участников – не более четырех-пяти (наиболее эффективно – три).

### 3. Бриф на проведение мероприятия

Бриф отправляется по электронной почте вместе с приглашением и должен содержать:

- информацию о компании-организаторе тендера;
- дату и описание планируемого мероприятия;
- сроки и этапы проведения тендера;
- критерии оценки тендерных предложений;
- информацию о возможном вознаграждении за участие в тендере;
- если такое не предусмотрено – это также должно быть четко указано;
- список участников тендера;
- формат и сроки подачи тендерного предложения;
- ожидаемый бюджет и порядок оплаты;
- сроки принятия решения;

Все дополнения к брифу отправляются по электронной почте.

### 4. Де-брифинг

Де-брифинг является эффективным инструментом при наличии списка вопросов со стороны агентства заранее, чтобы у клиента было время подготовиться к нему. Де-брифинг есть обязательным по запросу компании-заказчика.

### 5. Срок подготовки тендерного предложения

Для качественной подготовки предложения профессиональному агентству требуется от 10 до 15 рабочих дней.

### 6. Рассмотрение тендерных предложений

Эффективным является этап очной презентации предложения подготовившим его агентством, в присутствии представителя клиента, принимающего решение. Время презентации зависит от размеров проекта, но в любом случае оно должно быть не меньше 1 часа.

### 7. Принятие решения по результатам тендера

О результате тендера компания-организатор должна известить по электронной почте, все участники стоят в открытой копии. В сообщении обязательно указываются компания-победитель конкурса и те причины, по которым она была выбрана (используя критерии оценки).

### 8. Соблюдение интеллектуальных прав

Компания-победитель тендера обязана следить за тем, чтобы при подготовке проекта не были использованы идеи из предложений конкурентов. А в случае обоснованного подозрения (что клиент предлагает им исполнить чужую идею) потребовать от заказчика предварительно урегулировать отношения с авторами идеи. Компании, не выполняющие эти требования, могут быть признаны недобросовестными независимо от того, что сделали это по предложению клиента.

### 9. Оплачиваемый тендер

Если организатор желает получить более детальное и подробное предложение (требующее проработки подрядчиками, подробных эскизов, сценарный детальный план и т.д.), он вправе объявить оплачиваемый тендер. В этом случае он устанавливает определенную компенсацию всем участникам тендера, не оказавшимся победителями.