

Do Wykonawców

Dotyczy: przetargu nieograniczonego pn. " **PRZYGOTOWANIE, KOORDYNACJA I REALIZACJA WSPÓLNEJ KAMPANII PROMOCYJNEJ PRODUKTU TURYSTYCZNEGO.**"

Zgodnie z art. 38 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2007 r. Nr 223 poz. 1655 ze zm.), Zamawiający udziela odpowiedzi na pytania jednego z Wykonawców.

Pytania i odpowiedzi:

1/ Czy w ramach postępowania zadane zostały pytania i w jaki sposób można się z nimi zapoznać?

Odp. Wszelkie odpowiedzi na pytania Wykonawców Zamawiający zobowiązany jest przekazywać zgodnie z przepisami ustawy Pzp – art. 38 Pzp.

2/ Czy w związku z pkt B.4 ppkt 2 i 3 SIWZ i z tym, że 4 maja uległ modyfikacji i zmianie SIWZ ulega także zmianie termin składania ofert?

Odp. Zgodnie z art. 38 Pzp oraz 12 a Pzp, termin składania ofert pozostaje bez zmian.

3/ Co oznacza warunek określony w pkt B.1 ppkt 2 SIWZ „(..) zrealizowali, co najmniej dwie usługi stanowiące przedmiot zamówienia – usługi związane z przygotowaniem, koordynacją i realizacją wspólnej kampanii promocyjnej produktu turystycznego”? – w szczególności co oznacza „(..)realizacją wspólnej kampanii”?

Odp. Pod pojęciem „realizacja wspólnej kampanii” Zamawiający rozumie kampanię realizowaną na zlecenie co najmniej dwóch podmiotów.

4/Czy skład oceniający w ramach podkryterium II ma otrzymać do oceny tylko gadżety promocyjne (egzemplarze okazowe) czy też ocenie będą podlegać wszystkie materiały promocyjne (spoty, plakaty, ulotki, kalendarz itd.? – jeżeli tak to w jakiej postaci mają być dostarczone do przetargu (opis, scenariusz, projekt ??????)

Odp. W ramach podkryterium II oceniane będzie – proponowane wykonanie materiałów promocyjnych, tzn., iż Komisja przetargowa oceni egzemplarze okazowe gadżetów promocyjnych: smycz, balonik, projekt baneru reklamowego wraz z opisem proponowanego materiału oraz technologii wykonania, kubek długopis, projekt opakowania oraz kilku elementów gry typu memo.

5/ Co oznacza użyte w podkryterium II stwierdzenie, że ocenie będzie podlegać „czytelność hasła promocyjnego”?

Odp. Ocenie podlegać będzie zarówno konstrukcja słowna, rytmika oraz zawarty przekaz, informacja (nawiązujące do charakteru projektu „Rekonstrukcje historyczne”), która powinna być zrozumiała dla polskich i czeskich odbiorców.

6/ Czy opracowanie hasła promocyjnego dla kampanii jest przedmiotem zamówienia, czy też jest ono już zdefiniowane?

Odp. Opracowanie hasła promocyjnego jest jednym z elementów kampanii i stanowi również przedmiot zamówienia oraz będzie podlegać ocenie, hasło nie zostało dotychczas zdefiniowane.

7/ w części B.11 dotyczącej kryteriów podana jest zasada, że łącznie za koncepcję projektu można max otrzymać 40 pkt, ale w podkryteriu III jest zapis „ (...) wykonawca, który zaoferował największy zasięg reklam (...) otrzyma od każdego oceniającego 10 pkt? – Co to oznacza i jaka ostatecznie będzie zasada punktacji?

Odp. Zasady punktacji są jasno opisane w pkt B11 Kryteria wyboru i oceny ofert. Oceniający może przyznać od 0 do 10 pkt za każde podkryterium. Wykonawca, który zaoferował najwyższy zasięg reklam otrzyma od każdego oceniającego obligatoryjnie max. Ilość punktów : 10 pkt.

8/ W nowej wersji SIWZ w części terminy rekonstrukcji historycznych w pkt 1. Komitet pro udrzovaani pamatek z valky roku 1866 stwierdza się „Promocja wspólna rekonstrukcji (...) rozpoczyna się na 7 dni przed rekonstrukcją zaplanowaną w terminie 23.05.2009 i 29.05. 2009 promowane będą w ramach promocji własnej”? Co oznacza to stwierdzenie w szczególności co oznacza „w ramach promocji własnej”?

Odp. Stwierdzenie „ w ramach promocji własnej” oznacza iż Komitet pro ... w ramach własnych działań będzie realizował promocję rekonstrukcji zaplanowanych w terminie 23.05.2009 i 29.05.2009 i nie stanowi ona przedmiotu zamówienia.

9/ W związku z terminami rekonstrukcji, szczególnie przypadających w ramach: 1. Komitet pro udrzivaani(..) 23.05.2009 i 29.05.2009, w ramach 2.Świdnica 06-07.06.2009 i 3. Stoszowiece 19-21.06.2009 proszę o podanie w jakich terminach powinny być wyemitowane spoty radiowe i telewizyjne?, w jakich terminach powinien nastąpić montaż billboardów?, kiedy powinna być dostarczona pierwsza część gadżetów ? także kiedy mają rozpocząć się inne aktywności: Internet. Wydawnictwa? (z aktualnych zapisów wynika, że spoty i inne działania w 1. powinny być emitowane najpóźniej od 16 maja, w 2. najpóźniej od 30 maja – czy to jest wniosek prawdziwy?

Odp. Rekonstrukcje odbywające się 23 i 29.05.2009 r. nie zostaną objęte kampanią, emisje spotów radiowych, reklam telewizyjnych, prasowych i internetowych powinny rozpocząć się na 7 dni przed kolejną planowaną rekonstrukcją w Świdnicy 06-07.06.2009 r.

10/ Gdzie znajduje się pełna informacji o rekonstrukcjach, o ich istocie, zakresie, planowanych akcjach? W Internecie dostępne są skrótove informacje o Koźlu, Kłodzku i Nysie, a gdzie jest materiał o całym projekcie?

Odp. Pełne informacje o projekcie zawarte są na stronie www.zeroborder.info

11/ W zakresie zadań wymieniony jest BLB wraz z dobudową nadstawki – co Państwo rozumiecie pod tą nazwą i czy macie określone oczekiwanie np. co do formatu?

Odp. Pod pojęciem nadstawki rozumieć należy element dekoracyjny formatu 505 x 60 cm przymocowany do BLB.

12/ Czy tablice BLB mają być stawiane na okoliczność kampanii, czy też do kampanii mają być użyte istniejące już lokalizacje?

Odp. Zamawiający pozostawia Wykonawcy dowolność co do własności tablic BLB.

13/Co to oznacza wykonać i logo według zakresu zadań pkt ad.4?

Odp. Logo stanowiące jeden z przedmiotów kampanii jest wspólne dla wszystkich partnerów i jedno dla całego projektu i powinno zostać użyte na wszystkich materiałach promocyjnych.

14/ Co oznacza wymóg przygotowania kampanii w 18 wskazanych przez Zamawiającego portali internetowych? – jakie to portale? Na jakich zasadach będą wskazywane? Czy wycena ma dotyczyć też emisji w tych wskazanych 18 portalach?

Odp. Portale te (np. strony internetowe partnerów projektu) są bezpłatne i zostaną wskazane Wykonawcy przez Zamawiającego i nie podlegają wycenieniu w ofercie.

15/ W zakresie zadań dwukrotnie i w inny sposób opisane są wymagania dotyczące ulotki? Co to oznacza i czy oba opisy są wiążące? Jakiej mają być ostatecznie nakłady i czy cały nakład ma być wydrukowany według jednego projektu, czy też oczekuje się kilku projektów lub kilku mutacji?

Odp. Wymagania dotyczące ulotki przedstawione zostały w Załączniku nr 4, nakład wynosi 9000 egzemplarzy. Oczekiwany jest jeden projekt ulotki.

16/ w Ad.5 pojawia się zapis o konieczności przestrzegania wizualizacji – jakiej i gdzie dostępnej? A także w jaki sposób można uzyskać dostęp do podanych poniżej zdania o wizualizacji dokumentów?

Odp. Zasady wizualizacji dotyczą zasad promocji programu, w ramach którego projekt uzyskała dofinansowanie tzn. Programu Operacyjnego Współpracy Transgranicznej Republika Czeska – Rzeczpospolita Polska 2007-2013, informacje o zasadach promocji dostępne są w dokumentacji w/w programu (dostępnych na stronie www.cz-pl.eu).

17/W jaki sposób zdefiniowane mają być grupy docelowe? Czy projektowanie kampanii przewiduje w takim razie strategię? (oczekiwania co do definicji grup docelowych pojawiły się przy opisie raportowania)

Odp. Sposób zdefiniowania grup docelowych leży po stronie Wykonawcy. Każda kampania promocyjna powinna posiadać strategię działania i leży to po stronie Wykonawcy.

18/ Kiedy i w jaki sposób mają być zdefiniowane cele i mierniki kampanii, skoro oczekuje się w raportach wskazania rezultatów?

Odp. Cele i mierniki kampanii powinny zostać zaprezentowane w ofercie.

19/ W jaki sposób oceniane będą koncepcje projektu i w jakim zakresie powinny być przygotowane w fazie składania oferty? – w opisie koncepcji w zał. Nr 4 używa się określenia „WYKONAWCA” – czy jest to tożsame z oferentem i czy zapisy w załączniku nr 4 oznaczają, że oczekiwania w nim opisane mają być złożone do przetargu wraz z ofertą?

Odp. Koncepcja projektu będzie oceniana zgodnie z zapisami pkt B11 siwz. Zapis Wykonawca jest tożsamy z Oferentem. Załącznik nr 4 wskazuje co powinien zawierać Opis koncepcji, który powinien zostać przedstawiony w ofercie.

20/ Oczekuje się licznych koncepcji, ale niczego nie oczekuje się od projektów na billboardy – dlaczego?

Odp. W ofercie powinien zostać przedstawiony projekt billboardu.

21/Czy szczegółowy opis niektórych gadżetów oznacza, że już został wybrany konkretny wzór i producent, a obowiązkiem wykonawcy będzie tylko ich dostarczenie? Oczekuje się także dostarczenia wzorów okazowych ale nie przy wszystkich pozycjach – co to oznacza?

Odp. Szczegółowy opis niektórych gadżetów ma ułatwić Wykonawcy sprostanie wymaganiom Zleceniodawcy co do jakości wzorów, nie wybrany został producent gadżetów promocyjnych.

22/ Czy w ramach składanej oferty do przetargu rzeczywiście należy dostarczyć baner o wymiarach 350 x 100 cm, i w jaki sposób oznaczyć taką kopertę?

Odp. W ramach składanej ofert należy dostarczyć projekt baneru reklamowego wraz z opisem proponowanego materiału oraz technologii wykonania. Kopertę należy opisać zgodnie z zaleceniami zawartymi w siwz.

23/ W jaki sposób dostarczyć wzór gry Memo wraz z oczekiwanymi motywami?

Odp. Należy dostarczyć projekt opakowania oraz kilku elementów gry typu memo.

24/ Czy rzeczywiście dostarczenie dwóch projektów gadżetów spowoduje odrzucenie oferty? (Zapisy na ostatniej stronie opisu koncepcji)

Odp. Zgodnie z zapisami siwz w ofercie należy dostarczyć po jednym egzemplarzu okazowym wskazanych elementów zamówienia, dostarczenie większej ilości spowoduje odrzucenie oferty.

KIEROWNIK
Wydział Rozwoju i Promocji Miasta
Wojciech Zimoch



Sprowadziła: Alena... C...