

L.dz.BA-II-271- 648/ES/2011

Uczestnicy postępowania

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na **przygotowanie oraz wdrożenie ogólnopolskiej kampanii komunikacyjnej Europejskiego Roku Wolontariatu 2011 w Polsce**, znak sprawy: **2/DPP/PN/2011**

WYJAŚNIENIE TREŚCI SPECYFIKACJI ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej z siedzibą w Warszawie przy ul. Nowogrodzkiej 1/3/5, jako zamawiający, działając na podstawie art. 38 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 z późn. zm.), zwanej dalej ustawą, w odpowiedzi na pytania Wykonawcy, udziela następujących wyjaśnień:

Pytanie 1:

W załączniku nr 2 do SIWZ część III pkt 2 ad. B. „Zaplanowanie oraz wdrożenie ogólnopolskiej kampanii outdoorowej, w tym kampanii w środkach komunikacji miejskiej (w tym metrze) w Warszawie” Zamawiający napisał: „Do zadań wykonawcy w tym zakresie będzie należało zaproponowanie (wraz z uzasadnieniem) rodzajów nośników wraz z ich lokalizacją i najbardziej korzystną liczbą nośników dla danej lokalizacji”

Czy na poziomie składania oferty Zamawiający wymaga pełnej listy adresowej rozmieszczenia billboardów dla obu odsłon kampanii outdoorowej? W przypadku gdy termin pierwszej odsłony kampanii nie jest precyzyjnie określony, właściciel nośników nie może dokładnie określić lokalizacji nośników ani zagwarantować ich dostępności w okresie pierwszej odsłony kampanii, bez uprzedniej rezerwacji terminu.

Odpowiedź:

Oczekuje się, iż wykonawca załączy do oferty uzasadnienie doboru nośników outdoorowych w formie krótkiego opisu lokalizacji każdego z nośników we wszystkich miastach, który może zawierać także listę adresową każdego z nośników – pod warunkiem, że na dzień składania oferty wykonawca jest w stanie taką listę sporządzić. Lista adresowa nośników na etapie składania oferty nie jest obligatoryjna.

Pytanie 2:

W załączniku nr 2 do SIWZ część III pkt 2 ad. C. Zaprojektowanie szaty graficznej dla wskazanych materiałów promocyjnych na podstawie kreacji dostarczonych przez P.A.U. Education

Czy wraz z ofertą Wykonawca zobowiązany jest przedstawić gotowe projekty szaty graficznej dla każdego z poniższych materiałów promocyjnych:

1. dwóch różnych koncepcji kreacji (na 2 odsłony kampanii) reklamy outdoorowej dla: billboardów oraz ramek w autobusie/ tramwaju/ metrze
2. Roll-up
3. dwóch rodzajów plakatów informacyjnych dot. wolontariatu
4. broszury Atlas Dobrych Praktyk
5. materiałów (gadżetów) promocyjnych wymienionych w wierszach od 3 do 8 tabeli w punkcie D

Czy zaprojektowanie szaty graficznej ma nastąpić dopiero po podpisaniu umowy?

Odpowiedź:

Od wykonawcy oczekuje się przedstawienia wraz z ofertą wstępnych projektów szaty graficznej dla każdego z materiałów promocyjnych wskazanych w Załączniku nr 2 do SIWZ w pkt. 2 Ad. C na podstawie kreacji dostarczonych przez P.A.U. Education. Kreacja przygotowana przez P.A.U. Education znajduje się pod ogólnodostępnym adresem internetowym: <http://europa.eu/volunteering/en/press-media/campaign-toolbox>.

Pytanie 3:

W wyjaśnieniu do treści SIWZ z dnia 21 stycznia 2011r, w odpowiedzi na pytanie 1 Zamawiający napisał: „Oczekuje się, że wykonawca załączy do oferty projekty nośników obejmujące konkretne rozwiązania graficzne przedstawione w czytelnej postaci, w formie wydruku lub zapisane na nośniku danych, (np. dysk CD, DVD, pendrive).”

O jakich projektach nośników mowa? Czy Zamawiający wymaga dołączenia do oferty graficznego przedstawienia nośników zaproponowanych przez Wykonawcę w ramach koncepcji kampanii outdoorowej oraz kampanii internetowej (tj. przykładowo projektu graficznego billboardu, banera, buttonu) ?

Odpowiedź:

W wyjaśnieniu treści SIWZ z dnia 21.01.2011 r. Zamawiający wskazał, iż wymagane jest dołączenie do oferty graficznego przedstawienia nośników zaproponowanych przez wykonawcę w ramach koncepcji kampanii outdoorowej oraz kampanii internetowej (np. projektu graficznego billboardu, banera itd.).

Pytanie 4:

W Zakresie Zadań Wykonawcy do Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia piszą państwo, iż minimalne wymogi kampanii w Internecie to: pakiety zasięgowe zapewniające co najmniej 4 mln unikalnych użytkowników. Czy należy to rozumieć jako zakup min 4 mln odsłon z limitem kontaktów na unikalnego użytkownika (capping) 1 dla każdego z portali? Biorąc pod uwagę 2 odsłony kampanii internetowej, czy powyższa kwota 4 mln odsłon ma dotyczyć obu odsłon, czy każdej z osobna?

Odpowiedź:

Przez wymóg uwzględnienia w kampanii w Internecie pakietu zasięgowego zapewniającego co najmniej 4 mln unikalnych użytkowników rozumie się zapewnienie minimalnie 4 mln unikalnych użytkowników łącznie dla wszystkich portali, bez określania limitu emisji/odsłon na unikalnego użytkownika. Powyższa liczba co najmniej 4 mln unikalnych użytkowników dotyczy łącznie dwóch odsłon kampanii. Zgodnie z treścią Załącznika nr 2 do SIWZ pkt. V, wykonawca może w ramach przedstawionej oferty zaproponować dodatkowo inne, niż wymienione w części III, pkt. 2, lit.: A, B, C, D działania komunikacyjne (w szczególności kampanię internetową na portalach innych niż wymienione w lit. A), jeżeli pozwoli to na zwiększenie grupy odbiorców kampanii lub pełniejsze osiągnięcie jej celów.

Pytanie 5:

Zał. nr 2 do SIWZ – Zakres zadań wykonawcy

Czy wykonawca w składanej ofercie ma przedstawić tylko słowny opis koncepcji kreatywnej kampanii czy należy dołączyć również projekty graficzne?

Odpowiedź:

Od wykonawcy oczekuje się przedstawienia w składanej ofercie słownego opisu koncepcji kreatywnej kampanii zaproponowanej przez wykonawcę i dostosowanej do prowadzenia na terenie Polski, jednakże w oparciu i z wykorzystaniem kreacji przygotowanej przez P.A.U. Education. Od wykonawcy oczekuje się także przedstawienia wstępnych projektów graficznych uwzględniających kreację stworzoną przez P.A.U. Education znajdującą się pod ogólnodostępnym adresem internetowym: <http://europa.eu/volunteering/en/press-media/campaign-toolbox>.

Pytanie 6:

Jeśli Zamawiający wymaga dołączenia do oferty projektów graficznych, to jakich dokładnie elementów mają one dotyczyć?

Odpowiedź:

Oczekuje się, że wykonawca dołączy do oferty wstępne projekty graficzne dotyczące pozycji wymienionych w Załączniku nr 2 do SIWZ w pkt. Ad. C.

Pytanie 7:

Czy w związku z dużą ilością pytań z prośbą o wyjaśnienie treści SIWZ, Zamawiający przewiduje przedłużenie terminu składania ofert ?

Odpowiedź:

Tak, Zamawiający przedłuży termin składania ofert poprzez zmianę treści SIWZ w tym zakresie.

Pytanie 8:

Czy w ramach realizacji ogólnopolskiej kampanii komunikacyjnej Europejskiego Roku Wolontariatu 2011 przewiduje się, aby wykonawca mógł uwzględnić w działaniach formę patronatu medialnego nad kampanią. Wiązałoby się to z koniecznością zamieszczenia logotypu partnera na materiałach promocyjnych. Czy oprócz logo ERW 2011 i EU mogą być zamieszczone inne logotypy podmiotów (partnerów medialnych, partnerów) ?

Odpowiedź:

Na etapie składania oferty wykonawca nie jest zobowiązany do uwzględnienia logo patronów medialnych i partnerów we wstępnych projektach graficznych materiałów promocyjnych. Zgodnie z treścią Załącznika nr 2 do SIWZ w pkt. Ad. C. wykonawca w porozumieniu z Zamawiającym określi grupę informacji wspólnych dla wszystkich materiałów (w tym zwłaszcza logo ERW 2011, logo MPIPS, logo DPP), ale także logo patronów medialnych, partnerów, nastąpi to jednak po podpisaniu umowy.

Pytanie 9:

W załączniku nr 2 do SIWZ, pkt III oraz Ad. C Zamawiający zobowiązuje wykonawcę do zaplanowania i drożenia kampanii komunikacyjnej w środkach komunikacji miejskiej, w szczególności w metrze oraz innych wybranych przez wykonawcę. Wskazane są jednak następujące środki komunikacji: autobus/tramwaj. Czy za drugi środek komunikacji miejskiej można uznać Szybka Kolej Miejską?

Odpowiedź:

Dopuszcza się wskazanie do kampanii outdoorowej jako drugiego środka komunikacji miejskiej Szybkiej Kolei Miejskiej.

Pytanie 10:

Czy zleceniodawca przewiduje rozliczenie finansowe z wykonawcą po zakończeniu 1. Odśłony kampanii czy dopiero po zakończeniu całości działań (czyli po zaakceptowaniu raportu końcowego z przeprowadzonej kampanii) ?

Odpowiedź:

Zamawiający przewiduje rozliczenie finansowe z wykonawcą po zakończeniu 1. odśłony kampanii – na podstawie raportu cząstkowego obejmującego ten okres, następnie rozliczenie finansowe z wykonawcą po zakończeniu 2. odśłony kampanii – na podstawie raportu cząstkowego obejmującego ten okres, a następnie rozliczenie finansowe całości kampanii na podstawie raportu końcowego. Wykonawca wystawi fakturę VAT na kwotę ustaloną w umowie za wykonanie każdego z etapów kampanii po zatwierdzeniu przez Zamawiającego każdego z ww. raportów.

Powyższe wyjaśnienia stanowią integralną część treści SIWZ.

ZMIANA TREŚCI SPECYFIKACJI ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, ul. Nowogrodzka 1/3/5, 00-513 Warszawa, jako zamawiający, działając na podstawie art. 38 ust. 4 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2010, Nr 113, poz. 759 z późn. zm.), wprowadza następującą **zmianę treści SIWZ**:

Zamawiający dokonuje zmiany w treści Załącznika nr 2 do SIWZ pn. „Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia”:

1. w części III ust. 1 pkt 2:

na stronie 3 wykreśla się część zdania: „koncepcja w ramach oferty; kreacja i materiały do emisji - po podpisaniu umowy.” i zastępuje się ją słowami: **„koncepcja oraz wstępny projekt kreacji w ramach oferty; kreacja ostateczna i materiały do emisji – po podpisaniu umowy”**,

2. w pkt Ad. C:

- na stronie 5 wykreśla się zdanie „Logotypy ERW, MPIPS, DPP zostaną jako gotowe materiały dostarczone wykonawcy po podpisaniu umowy (nie można ich w jakikolwiek sposób modyfikować)”,

- na stronie 6 wykreśla się zdanie „Wytyczne zostaną przekazane wykonawcy po podpisaniu umowy” i zastępuje się je zdaniem **„Wytyczne i kreacja przygotowana przez P.A.U. Education znajduje się pod ogólnodostępnym adresem internetowym: <http://europa.eu/volunteering/en/press-media/campaign-toolbox>”**.

Zamawiający, działając na podstawie art. 38 ust. 4 ustawy informuje, że przedłuża termin składania ofert. Nowy termin składania ofert to **10 lutego 2011 r., godz. 13.00**. W związku z powyższym, zmianie ulegają następujące postanowienia SIWZ:

1. pkt 2.9. SIWZ otrzymuje brzmienie:

„2.9.Ofertę należy złożyć w kopercie zamkniętej i opieczetowanej w sposób uniemożliwiający jej otwarcie bez naruszenia zastosowanych przez wykonawcę zabezpieczeń, oznaczonej nazwą, adresem, nr telefonu i nr faksu wykonawcy, zaadresowanej do Zamawiającego na jego adres do korespondencji i opisanej następująco:

Oferta na: „Przygotowanie oraz wdrożenie ogólnopolskiej kampanii komunikacyjnej Europejskiego Roku Wolontariatu 2011 w Polsce”

znak sprawy: 2/DPP/PN/2011

Nie otwierać przed 10 lutego 2011 r. godz. 13.00

2. pkt pkt 11.2. SIWZ otrzymuje brzmienie:

„ 11.2. Termin składania ofert upływa w dniu **10 lutego 2011 r. o godz. 12.00**”.

3. pkt 11.4. SIWZ otrzymuje brzmienie:

„ 11.4. Termin otwarcia ofert: w dniu **10 lutego 2011 r. godz. 13.00**”.

Dyrektor Generalny
(-) Iwona Zamojska