

MINISTERSTWO PRACY I POLITYKI SPOŁECZNEJ

BIURO ADMINISTRACYJNE

ul. Nowogrodzka 1/3/5, 00-513 Warszawa, tel. +48 22 661 14 35, fax +48 22 661 14 36

www.mpips.gov.pl; e-mail: sekretariat.ba@mpips.gov.pl

Warszawa, dnia 24 stycznia 2011 r.

L.dz.BA-II-271- 536/KP/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, pkt III Ad.B. Zamawiający zobowiązuje wykonawcę do uzasadnienia doboru nośników outdoorowych; czy uzasadnienie ma być przedstawione w formie opisu lokalizacji każdego z nośników we wszystkich miastach; czy do oferty wykonawca ma dołączyć listę adresową nośników?

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 obowiązkowa.

Pytanie 2:

W załączniku nr 2 do SIWZ, pkt III Ad.B Zamawiający zobowiązuje wykonawcę do zaplanowania i wdrożenia kampanii komunikacyjnej w środkach transportu publicznego w Warszawie; czy wykonawca może ograniczyć się tylko do jednego środka transportu publicznego, np. do metra?

Odpowiedź:

Zgodnie z Załącznikiem nr 2 do SIWZ, pkt. III, B oraz Ad. B oczekuje się, że zaplanowanie i wdrożenie kampanii komunikacyjnej w środkach transportu publicznego w Warszawie uwzględni **co najmniej metro** (patrz zapis pkt. B. na str. 4 – „w tym metro”). Użycie liczby mnogiej „środki transportu publicznego” sugeruje uwzględnienie przez wykonawcę co najmniej jeszcze jednego środka komunikacji miejskiej prócz metra.

Pytanie 3:

W załączniku nr 2 do SIWZ, pkt IV Zamawiający określa harmonogram realizacji zamówienia jako „6 tygodni od dnia podpisania umowy”; czy zapis ten oznacza, że 1. odsłona kampanii outdoorowej i internetowej ma się zakończyć do 31 marca 2011 r.?

Odpowiedź:

Określone w Załączniku nr 2 do SIWZ, pkt. IV „6 tygodni od dnia podpisania umowy” nie przesądza daty kalendarzowej zakończenia 1. odsłony kampanii outdoorowej i internetowej z uwagi na fakt, iż niemożliwe jest precyzyjne przewidzenie daty zakończenia wszystkich etapów procedury przetargowej oraz daty podpisania umowy z wyłonionym w tym trybie wykonawcą. Od wykonawcy oczekuje się rozpoczęcia 1. odsłony kampanii w terminie (maksymalnie) 6 tygodni od dnia podpisania umowy z Zamawiającym.

Pytanie 4:

W załączniku nr 2 do SIWZ, pkt IV Zamawiający określa termin przeprowadzenia 2. odsłony kampanii outdoorowej i internetowej na termin 19.09-30.09 2011r.; Informujemy, że standardowo, 2-tygodniowe kampanie outdoorowe rozpoczynają się od 01-15 dnia miesiąca oraz od 16-31 dnia miesiąca; czy w związku z powyższym, możliwa jest zmiana kampanii outdoorowej na 16.0-30.09.?

Odpowiedź:

Zamawiający oczekuje, iż 2. odsłona kampanii outdoorowej i internetowej odbędzie się w terminie 19.09-30.09 br. Zamawiający dopuszcza zaproponowanie przez wykonawcę terminu przeprowadzenia przewidzianej na wrzesień br. 2. odsłony kampanii outdoorowej w okresie dłuższym, niż przewidziany w Załączniku nr 2 do SIWZ, pkt. IV, z zastrzeżeniem, iż okres trwania 2. odsłony kampanii będzie obejmował co najmniej okres wskazany w ww. pkt. IV, czyli 19.09-30.09 br.

Przewodniczący Komisji Przetargowej

(-) Zbigniew Skowroński