

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 21 stycznia 2011 r.

L.dz.BA-II-271- 494/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 jakiej postaci wykonawca ma załączyć do oferty opis: strategii kampanii, projektów nośników, sposobu zarządzania projektem, harmonogramu realizacji kampanii?

Odpowiedź:

Oczekuje się, iż wykonawca załączy do oferty opis strategii kampanii, sposobu zarządzania projektem, harmonogramu realizacji kampanii w postaci dokumentu zawierającego opis słowny ww. pozycji. 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).

Pytanie 2:

Pytanie dot. Załącznika nr 2, str. 5 Ad. B: Czy wykonawca jest zobowiązany do wyboru mediów lokalnych, skoro w podstawowym opisie narzędzi nie jest to nadmienione?

Odpowiedź:

Zgodnie z brzmieniem Załącznika nr 2 do SIWZ Ad. B wykonawca jest zobowiązany do wyboru mediów lokalnych, z którymi nawiąże współpracę polegającą w szczególności na promowaniu wydarzeń Roku w tychże mediach oraz uzasadnienia w ofercie dokonanego wyboru – przy czym nie występuje sprzeczność związana z brakiem takiej wzmianki w podstawowym opisie narzędzi zawartym w ww. Załączniku. Wykonawca posiada przy tym dowolność przy wyborze zasięgu terytorialnego i wskazaniu medium działającego na tym obszarze oraz przy wyborze ilości oraz typów poszczególnych mediów (rozumianych w szczególności jako stacje telewizyjne, rozgłośnie radiowe, tytuły prasowe).

Pytanie 3:

Pytanie dot. SIWZ str. 6, punkt 12, podpunkt 2.2.2.: Co Zamawiający rozumie poprzez formy ogłoszeniowe ?

Odpowiedź:

Zgodnie z SIWZ punkt 12, podpunkt 2.2.2. przez formy ogłoszeniowe [w Internecie] Zamawiający rozumie formę przekazywania wiadomości, informacji, reklamy, pozwalającej na zapoznanie się z nią jak największej ilości potencjalnych odbiorców (m. in. baner, button, pop-up, pop-under, skyscraper, znak wodny, brand mark, blogvertising, expand billboard, toplayer, interstitial, e-mailing, wideowizytówka, itp.).

Pytanie 4:

Czy do broszury Atlas Dobrych Praktyk Zamawiający przekaże wykonawcy materiały? Jeśli tak, to jaka jest ich objętość?

Odpowiedź:

Od wykonawcy oczekuje się jedynie zaprojektowania szaty graficznej Atlasu Dobrych Praktyk wg zasad opisanych w Ad. C w Załączniku nr 2 do SIWZ. Zapełnienie treścią oraz produkcja Atlasu pozostaje w gestii Zamawiającego.

Przewodniczący Komisji Przetargowej
(-) Zbigniew Skowroński