

# 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 5 czerwca 2013 r.

BA-II.271.14 ( 6 )/KP /2013

L.dz. BA 4633/13

### Uczestnicy postępowania

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pn. „**Promocja projektu i produktów Projektu „Emp@tia - Platforma komunikacyjna obszaru zabezpieczenia społecznego**”, znak sprawy:14/DI/PN/2013

### 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 wykonawców, udziela następujących wyjaśnień:

Pytanie	Odpowiedź
1. Czy możemy otrzymać od Państwa materiały dla kreacji ? Niestety otrzymałam informację, że nie wystarczy nam materiał graficzny w formie załącznika nr 6.	Zamawiający, w ramach odpowiedzi, udostępnił w postaci elektronicznej informacje nt. identyfikacji wizualnej projektu Emp@tia, w tym wytyczne dot. logotypu projektu Emp@tia, obowiązującej kolorystyki oraz przykładowe materiały promocyjne (dot. obecnej kampanii promocyjnej) pn.: „Materiały do kreacji”.
2. W zamówieniu jest napisane, że zaproponowane przez nas materiały muszą nawiązywać do Państwa obecnej linii projektów graficznych, więc mamy następujące pytania i prośbę o przesłanie: a. Czy posiadają Państwo księgę marki, wg której możemy przygotować graficzną stronę projektu ? b. Czy motyw graficzny z ludzikami trzymającymi się za ręce jest elementem stałym i obowiązkowym ? c. Czy logo możemy otrzymać od Państwa w formie elektronicznej, a także inne elementy graficzne, które obowiązkowo muszą pojawić się w projekcie ?	Wykonawca w ofercie powinien przedstawić projekt linii graficznej całej kampanii z nawiązaniem do obecnej linii projektów graficznych oraz z wykorzystaniem logo projektu Emp@tia. Elementami obowiązkowymi są logo projektu Emp@tia oraz kolorystyka. Ponadto, patrz odpowiedź na pytanie nr 1.
3. Które elementy z obecnych materiałów graficznych są obowiązkowe/stałe do wykorzystania w materiałach reklamowych	Patrz odpowiedź na pytanie nr 2.

Pytanie	Odpowiedź
i promocyjnych, oprócz logo?	
4. Czy obecny motyw graficzny z postaciami jest obowiązkowy oraz czy ogólnie motyw z grupą postaci jest z założenia obowiązkowy w materiałach Emp@tii?	Patrz odpowiedź na pytanie nr 2.
5. W jakich proporcjach stosować podział płaszczyzny na kolor zielony i szary?	Zamawiający nie precyzuje wymagań w tym zakresie. Ponadto, patrz odpowiedź na pytanie nr 2.
6. Czy efekt kreskowania płaszczyzn jest obowiązkowy?	Nie. Patrz odpowiedź na pytanie nr 2.
7. Czy forma ostrych łamań płaszczyzn jest obowiązkowa?	Nie. Patrz odpowiedź na pytanie nr 2.
8. Proszę o informację dotyczącą składowych koloru (CMYK i RGB) wszystkich obowiązujących kolorów oraz przejść tonalnych, a także nazwę czcionki. Jeżeli niektóre elementy obecnych materiałów graficznych są obowiązkowe, to proszę o wersję elektroniczną lub otwarty plik takich elementów.	Patrz odpowiedź na pytania nr 1 i nr 2.
9. W związku z koniecznością używania obecnych elementów graficznych kampanii zwracamy się z prośbą o udostępnienie logotypu ( w jakości min. 300 dpi, w formacie eps, tiff, ai) oraz księgi znaku, jak również edytowalnego materiału kreatywnego ( np. Ulotka) - z którego będzie możliwość użycia elementów do dalszych projektów.	Patrz odpowiedź na pytanie nr 1.
10. Elementem składowym Kampanii ma być logo kampanii – w związku z wymogiem zachowania spójności z poprzednią komunikacją kampanii zwracamy się z zapytaniem czy nowy logotyp ma być oparty na istniejącym logotypie projektu Em@tii ( czyli logo rozbudowane o dodatkowe elementy) czy ma powstać nowe logo kampanii, nie związane z istniejącym logotypem.	Zamawiający potwierdza, że logo kampanii powinno być oparte na istniejącym logotypie projektu Emp@tia.
11. Czy istnieje możliwość przedstawienia w ofercie więcej niż jednej koncepcji kreatywnej?	Nie. Koncepcja kampanii wraz z kreacją wizualną stanowi kryterium oceny.
12. Czy na etapie oferty Zamawiający oczekuje gotowej broszury, o której mowa w zadaniu nr 3 opisanym w SOPZ?	Nie. Zgodnie z SIWZ na etapie składania oferty Zamawiający wymaga jedynie projektu graficznego nowej, proponowanej przez Wykonawcę, broszury.
13. Proszę wymienić wszystkie nośniki, których projekty mają zostać dostarczone wraz z ofertą.	Zgodnie z SIWZ, Zamawiający wymaga złożenia w ofercie projektów wszystkich rodzajów nośników zaplanowanych przez Wykonawcę w kampanii, a określonych w punkcie 12.4 f) SIWZ.
14. Dotyczy zadania 5, punkt 4 SOPZ– REKLAMA W PRASIE, Ilość emisji Czy emisja reklamy jednego dnia w 16	Tak.

Pytanie	Odpowiedź
dziennikach regionalnych, po jednym na każde województwo, spełnia warunek zawarty w punkcie 4?	
15. Jak będzie oceniany Internet – czy będzie on zaliczany pod kątem mediów i kosztu zakupu ?	Pytanie jest nieprecyzyjne. Zamawiający wyjaśnia, że zgodnie z SIWZ, Internet będzie oceniany w kryterium „Koncepcja kampanii wraz z kreacją wizualną”.
16. Poprosimy o uszczegółowienie informacji w pkt. 9 zadania nr 6 (reklama w Internecie) – czy chodzi łącznie o 9 emisji czy liczbę artykułów do przygotowania ?	Zgodnie z SIWZ, Zamawiający wymaga opracowania min. 9 artykułów, po min. 1 emisji każdego z artykułów, na min. 3 portalach.
17. We wzorze umowy stanowiącym załącznik do SIWZ Zamawiający określił w § 6, że wynagrodzenie za poszczególne zadania będzie płatne po ich zakończeniu i odbiorze zgodnie z procedurą opisaną w § 5. Proszę o wyjaśnienie czy w przypadku działań reklamowych w mediach (§1 ust. 2 pkt 5-7 Umowy) Zamawiający dopuszcza odbiór zadania na podstawie protokołu za zakończony miesiąc, czy dopiero po zakończeniu całej, np. kilkumiesięcznej kampanii?	Zgodnie z SIWZ rozliczenie zadania nastąpi po jego zakończeniu. Zamawiający podtrzymuje wymagania SIWZ w ww. zakresie.
18. Czy w zadaniu nr 3 w OPZ zamawiający dopuszcza elektroniczną dystrybucję?	Zgodnie ze Szczegółowym Opiszem Przedmiotu Zamówienia, stanowiącym załącznik nr 2 do SIWZ, to Wykonawca ma zaproponować sposób dystrybucji broszur i przedstawić do akceptacji Zamawiającego.
19. Czy w zadaniu nr 3 w OPZ Zamawiający pisząc o elektronicznej broszurze miał na myśli wyłącznie taką jej formę, czy też zakładał jej druk? Jeżeli tak proszę o określenie specyfikacji technicznej broszury oraz druku.	Zamawiający nie ogranicza sposobu dystrybucji broszury. Jeśli Wykonawca proponuje oprócz wersji elektronicznej jej wersję papierową, to również musi określić odpowiednie parametry techniczne druku.
20. Dotyczy zadania nr 3 SOPZ – Materiały informacyjne. W zakresie zadań Zamawiający wymienia opracowanie co najmniej dwóch broszur informacyjnych. W związku z brakiem parametrów technicznych Wykonawca zakłada, że chodzi o broszurę dystrybuowaną drogą elektroniczną. Czy założenie jest słuszne i jeśli tak, to czy Wykonawca otrzyma bazy do wysyłki od Zamawiającego?	Patrz odpowiedź na pytania nr 18 i nr 19. Ponadto Zamawiający wyjaśnia, że Wykonawca nie otrzyma bazy do wysyłki od Zamawiającego.
21. Dotyczy zadania 4 SOPZ-Mailing. Czy zamawiający zakłada mailing jednorazowy, czy Wykonawca sam ma założyć cykliczność zadania?	Zamawiający zakłada mailing jednorazowy.
22. Dotyczy zadania 6 pkt. 9 SOPZ – Reklama w Internecie – Czy minimalna liczba 9 sztuk artykułów odnosi się do każdego portalu osobno czy łącznie tj. czy na każdy	Patrz odpowiedź na pytanie nr 16.

Pytanie	Odpowiedź
portal przypada 9 emisji czy jest to 9 emisji łącznie na wszystkich trzech portalach?	
23. Dotyczy zadania nr 8 – Kampania w środkach komunikacji miejskiej pkt 3: Czy można uwzględnić w planach kampanii w środkach komunikacji miejskiej również miasta poniżej 200 tys. mieszkańców, w województwach, w których takich miast nie ma np. woj. Warmińsko-mazurskie, Olsztyn (175,4 tys.) woj. Lubuskie, Gorzów Wlkp. (124,5 tys.), Zielona Góra (119,2 tys.) woj. Opolskie, Opole (122,4 tys.)	Zgodnie z SIWZ Zamawiający wymaga emisji kampanii w środkach komunikacji miejskiej na terenie 16 miast pow. 200 tys. mieszkańców po jednym na każde województwo. Zamawiający dopuszcza w sytuacji, gdy w danym województwie nie ma miasta spełniającego ten warunek, przeprowadzenie kampanii w tym województwie w mieście o największej liczbie mieszkańców.
24. W zadaniu 7 Zamawiający oczekuje przygotowania i emisji wywiadu lub relacji dziennikarskiej w stacji ogólnopolskiej. W tym samym zadaniu Zamawiający oczekuje przygotowania i emisji co najmniej 30 billboardów sponsorskich. Czy właściwa jest interpretacja, że Zamawiającemu nie chodzi o zapowiedzi w/w wywiadu? Billboardy sponsorskie są sprzedawane przez stacje w odniesieniu do istniejących w ich ramówce audycji (programów, seriali, prognoz pogody). Zapowiedzi programów możliwe są tylko w formule autopromocji stacji a ich treść nie podlega akceptacji/kolaudacji Zamawiającego i może być ich najwyżej 10.	Zamawiający potwierdza, że nie chodzi o zapowiedzi wywiadu lub relacji dziennikarskiej.
25. Jaką dokładnie zakładają Państwo formę reklamy w prasie – advertorials z artykułami sponsorowanymi czy reklamę graficzną lub też jedno i drugie? W Państwa dokumentach pojawiła się pewna nieścisłość – w SIWS pkt. 12.4 w informacji nt. punktacji przyznawanej za „Koncepcję kampanii wraz z kreacją wizualną” podpunkt f gdzie min. wymieniony jest: projekt artykułu sponsorowanego w prasie i Internecie. Z kolei w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia napisane jest – zadanie 5 (reklama w prasie) – adaptacja projektu graficznego, a w pkt. 6 (reklama w Internecie) – opracowanie treści oraz projektów artykułów sponsorowanych. Poprosimy o doszczegółowienie tej informacji.	Zgodnie ze Szczegółowym Opisem Przedmiotu Zamówienia, stanowiącym załącznik nr 2 do SIWZ (zadanie 5 i zadanie 6), Zamawiający wymaga wykonania i emisji artykułów sponsorowanych w prasie, jak również w Internecie.
26. Czy na etapie oferty oczekują Państwo przedstawienia przykładu treści co	Na etapie składnia ofert Zamawiający wymaga przedstawienia jedynie projektów graficznych

Pytanie	Odpowiedź
najmniej jednego artykułu sponsorowanego przewidzianego do emisji w Internecie ?	artykułów. Treść artykułów nie jest wymagana na etapie składania ofert.
27. Poprosimy o uszczegółowienie w pkt. 12.4 podpunktu g (sposób wykorzystania w proponowanej strategii linii graficznej obecnie przez Państwa stosowanej).	Patrz odpowiedź na pytanie nr 2.

Przewodniczący Komisji Przetargowej

( - ) Zbigniew Skowroński