



Znak sprawy: WOIRZL.II.272.31.2013.JD

Szczecin, dnia 27 czerwca 2013 r.

Dotyczy: Postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego o wartości poniżej 200.000 euro na „Opracowanie, przygotowanie i przeprowadzenie kampanii promocyjnej Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego”.

Odpowiedzi na pytania Wykonawców

Zgodnie z art. 38 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych (tekst jedn.: Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 z późn. zm. - dalej ustawa PZP), Zamawiający odpowiada na pytania Wykonawców w przedmiotowym postępowaniu:

Pytanie 1:

Zamawiający określił w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia (punkt XVII ppt. 3-5 SIWZ) sposób obliczania wartości punktowej oferty dla poszczególnych nośników reklamy, który uzależnia liczbę przyznanych punktów od natężenia kampanii na poszczególne nośniki (im większe natężenie/powierzchnia etc. tym więcej punktów otrzymuje oferta). W związku z powyższym, aby dolożyć należytej staranności przy przygotowaniu oferty dla Zamawiającego, tj. zaproponować największe możliwe natężenie kampanii, zwracamy się z prośbą o udostępnienie protokołu ZP-2 dla postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na „Opracowanie, przygotowanie i przeprowadzenie kampanii promocyjnej Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego”, zawierającego informacje o szacunkowej wartości zamówienia oraz o udostępnienie informacji o kwocie, jaką Zamawiający zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia.

Odpowiedź:

Zamawiający dnia 21 czerwca 2013 r. udostępnił protokół ZP-PN, w którym została podana szacunkowa wartość zamówienia.

Kwota jaką Zamawiający zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia wynosi 690. 000, 00 zł brutto i została podana na stronie 3 SIWZ (cz. II pkt 4).

Pytanie 2:

Dot. Fragm.: „Do wykonawcy należeć będzie w szczególności (...) Opracowanie kreacji kampanii (...) do 4 projektów siatek reklamowych w formatach dostosowanych do narzędzi” - czy chodzi o 4 różne projekty czy modyfikację spójnej linii graficznej na 4 nośniki, wskazane w SOPZ?



Odpowiedź:

W podrozdziale Przedmiot Zadania (pkt. 2 załącznika nr 8 do SIWZ), Zamawiający wskazał, iż do Wykonawcy należy: opracowanie kreacji kampanii (...) dostosowanych do wybranych nośników (...) w tym: do 4 projektów siatek reklamowych; Kampania powinna być spójna wizerunkowo dla wszystkich form przekazu (...);

Zapis ten oznacza, iż projekty nie mogą budzić wątpliwości, że należą do jednej linii kreatywnej; modyfikacje wynikać mogą z rozmiaru reklamy wielkoformatowej (różne wymiary i koniczności dopasowania reklamy do powierzchni zadruku) oraz z doboru zdjęć/ilustracji ilustrujących dobre praktyki.; Oznacza to, że linia kreatywna rozumiana jako projekt może być jedna, ale powinna być dostosowana do rozmiarów siatek. Zawartość zaś grafiki odnosi się do 4 różnych projektów, rozumianych jako inwestycje RPOWZ. Reklamy nie mogą budzić wątpliwości, że są elementem jednej kampanii.

Pytanie 3:

Dotyczy: Spotu do TV i radio, które mają zawierać odwołania do projektów – dobrych praktyk (od 3 do 5). Czy Zamawiający dysponuje listą projektów, które chciałby w kampanii promować? Czy Wykonawca ma zaproponować własną listę? Jakie są preferencje do ich wyboru. Czy istnieje lista, z której Wykonawca może wybrać ww. projekty. Czy Zamawiający może udostępnić fiszki/opisy projektów, o których mowa powyżej?

Odpowiedź:

Zamawiający w załączniku nr 8 do SIWZ, podrozdział 3 podaje:

„[...] Link do mapy projektów: <http://www.projektyrpo.wzp.pl/> [...]”

Dodatkowo lista beneficjentów upubliczniona jest na stronie www.rpo.wzp.pl w zakładce **Wdrażanie programu** - tu znajduje się plik: **Lista podpisanych umów o dofinansowanie**.

Projekty powinny być najbardziej reprezentatywne dla różnych osi, opisanych w załączniku nr 8 do SIWZ, realizujące cel programu jako: „**Rozwój województwa zmierzający do zwiększenia konkurencyjności gospodarki, spójności przestrzennej, społecznej oraz wzrostu poziomu życia mieszkańców**”. Dodatkowo powinny mieć lokalizacje w różnych punktach województwa zachodniopomorskiego oraz oddawać specyfikę regionu. Zamawiający nie może udostępnić fiszek 1400 projektów, jednakże opisy projektów zakończonych znajdują się w mapie projektów. ma stronie <http://www.projektyrpo.wzp.pl/>

Zgodnie z zapisami Załącznika nr 8 do SIWZ i wzoru umowy (rozdział XX SIWZ) „Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji elementy kreacji” oraz „Zamawiający zastrzega sobie prawo nanoszenia poprawek do projektów.” Ponadto „Rozpoczęcie procesu produkcji dla poszczególnych narzędzi kampanii promocyjnej wymaga uprzedniej akceptacji Zamawiającego dla kreacji oraz poszczególnych projektów”.

Pytanie 4

Dotyczy emisji spotu w Internecie na minimum 3 informacyjnych portalach internetowych ora portalach regionalnych – czy chodzi o emisję łącznie na 3 portalach czy 3 portale informacyjne i 3 regionalne?

Odpowiedź:

Zamawiający w podrozdziale 6 Elementy składowe kampanii załącznika nr 8 do SIWZ w pkt. 6.1 Spot lit. d) określa:

„emisja spotu (streaming) w 3 największych informacyjnych portalach internetowych w języku polskim wybranych spośród 5 portali o największych statystykach odwiedzin (minimum 6 mln realnych użytkowników w cyklu miesięcznym według badań Megalanel PBI/Gemius z grudnia 2012r.) (typu: interia.pl , onet.pl, lub gazeta.pl etc);

- geotargetowanie na Województwo Zachodniopomorskie;
- miejsce: ROS
- emisja do osiągnięcia liczby odsłon.
- maksymalny capping = 4.
- minimalna liczba odsłon w 3 największych informacyjnych portalach internetowych: **7 000 000**.
- format reklamy: navibox lub śródtekst (300x250 px)

(Kampania nie może wystąpić w postaci playera.)

Wykonawca przedstawi Zamawiającemu harmonogram emisji spotu w portalach internetowych wraz z uzasadnieniem wyboru do akceptacji;”

oraz

w pkt. 6.2 Kampania odsłonowa w Internecie:

„**Kampania internetowa** w oparciu na emisję baneru typu flash [750x200] lub S1 (974 x 100 px) w formacie DBB w miejscu: ROS + strona główna - czterech regionalnych portali informacyjnych o zasięgu na terenie województwa zachodniopomorskiego, uwzględniając target 16-65+.

W celu realizacji ww. zadań Wykonawca sporządzi:

- projekt graficznego banera internetowego typu flash – o długości do 15” w postaci double billboard lub S1;
- zapewni emisję w pakiecie portali mediów lokalnych w tym:
- jeden radiowy portal informacyjny
- minimum 3 prasowe portale informacyjne

Czas ekspozycji nie krótszy niż 60 dni i nie mniej niż 2 000 000 odsłon na stronach głównych oraz w całych serwisach (ROS).”

Oznacza to, że 3 portale nie są rozumiane łącznie, informacja w pkt. 6.1 dotyczy bowiem streamingu, zaś w pkt. 6.2 – odsłon banera flash.

Pytanie 5

Zwracamy się również z prośbą o przesłanie na maila edytowalnej wersji Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia



Odpowiedź:

Zamawiający dnia 21 czerwca 2013 r. udostępnił edytowalną wersję Opisu przedmiotu Zamówienia na stronie własnej stronie internetowej pod linkiem:

https://bip.wzp.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=38741:20062013-r-przetarg-nieograniczony-o-wartosci-poniej-200-000-euro-na-opracowanie-przygotowanie-i-przeprowadzenie-kampanii-promocyjnej-regionalnego-programu-operacyjnego-województwa-zachodniopomorskiego&catid=435:zamowienia-publiczne&Itemid=110

Pytanie 6

W związku z ogłoszeniem przetargu na usługę usługi dotyczącej opracowania, przygotowania i przeprowadzenia kampanii promocyjnej RPO WZ zwracamy się z prośbą o podanie kwoty szacunkowej przetargu.

Argumentacja:

Cena oferty to jedynie 40% kryterium oceny ofert. Podanie kwoty pozwoli także wszystkim oferentom przygotować możliwie najlepszą ofertę bez ryzyka przekroczenia budżetu i wykluczenia się z możliwości wygrania przetargu.

Odpowiedź:

Patrz odpowiedź na pytanie nr 1.

Pytanie 7

Czy Zleceniobiorca dopuszcza możliwość, aby w przetargu wziął udział Wykonawca, który w ciągu ostatnich trzech lat wykonał kampanie promocyjne o wartości powyżej 100 tysięcy złotych każda z wykorzystaniem reklamy prasowej, internetowej, outdoorowej, telewizyjnych programów promocyjnych (TVP, TVN) oraz zrealizował kompleksową kreację tych kampanii.

Wykonawca ten w okresie ostatnich trzech lat wykonał należycie minimum trzy Usługi odpowiadające swoim rodzajem usługom stanowiącym przedmiot zamówienia tj. usługom kompleksowego przeprowadzenia kampanii reklamowej, a w szczególności zaprojektowania- stworzenia koncepcji kreatywnej kampanii, stworzenia projektów graficznych do kampanii, przygotowania i realizacji kampanii ale bez produkcji, postprodukcji i emisji spotów telewizyjnych i radiowych ze względu na brak zainteresowania zleceniodawców tymi formami reklamy.

Odpowiedź:

W rozdziale VIII ust. 1 pkt 2 SIWZ Zamawiający postawił warunek w zakresie posiadania wiedzy i doświadczenia, taki że:

O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się wykonawcy, którzy spełniają warunki, dotyczące:

- 2) posiadania wiedzy i doświadczenia : poprzez wykazanie, że wykonawca w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wykonał należycie minimum 3 usługi odpowiadające swoim rodzajem usługom stanowiącym przedmiot zamówienia tj. usługom kompleksowego przeprowadzenia kampanii reklamowej (zaprojektowanie – stworzenie koncepcji kreatywnej kampanii, stworzenie projektów graficznych do kampanii, przygotowanie i realizacja kampanii w tym*



produkcja i postprodukcja spotów telewizyjnych i radiowych), o wartości nie mniejszej niż 100.000,00 zł brutto każda."

Zamawiający enumeratywnie wymienia elementy doświadczenia, które powinny być spełnione, **produkcja i postprodukcja spotów telewizyjnych i radiowych są tu jednym z elementów.**

Pytanie 8

Zwracam się z prośbą o odpowiedź na następujące pytanie, dotyczące fragmentu SIWZ: „opracowanie koncepcji kreatywnej, strategii promocji oraz hasła kampanii informacyjno-promocyjnej Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2007-2013 (RPO WZ) (..) – prezentacja do 5 „dobrych praktyk” w zakresie projektów realizowanych/zrealizowanych w ramach dofinansowania z RPO WZ”

Czy przez powyższy zapis Zamawiający rozumie, że Wykonawca przygotuje koncepcję kreatywną w oparciu o maksimum 5 dobrych praktyk, które mają być podstawą koncepcji – czy wszystkie 5 dobrych praktyk MUSI być wykorzystane na wszystkich nośnikach, czy Zamawiający (poza spotem TV, gdzie jest to wyraźnie sprecyzowane) pozostawia wybór Wykonawcom, którzy przedstawią opis koncepcji w ofercie.

Odpowiedź:

Nie, nie wszystkie projekty - dobre praktyki muszą być wykorzystane we wszystkich nośnikach; Zamawiający pozostawia wybór Wykonawcom, zgodnie jednak z zapisami SIWZ – kampania powinna być spójna wizerunkowo dla wszystkich form przekazu.

Pytanie 9:

Mam jeszcze pytanie o prawa autorskie do spotu TV/Internet i do spotów radiowych. Na jaki okres potrzebne są prawa autorskie (z briefu wynika, że emisja będzie jednorazowa). Nasze pytanie brzmi – czy wystarczą prawa na rok?

Odpowiedź:

Kwestia praw autorskich uregulowana jest w § 6 wzoru umowy (rozdział XX SIWZ). Zawarty jest w projekcie umowy (§ 6). O czasie obowiązywania praw autorskich mówi natomiast ustęp 2 § 6 wzoru umowy.

Zamawiający nie wyklucza możliwości wykorzystania spotu w roku 2014, z pewnością będzie on dostępny na stronie zamawiającego w dziale dotyczącym działań promocyjnych, na profilu youtube zamawiającego, ponadto wykorzystywany do celów sprawozdawczości z działań informacyjno-promocyjnych RPO WZ

Mając powyższe na uwadze, Zamawiający nie zmienia terminu składania i otwarcia ofert. Oferty należy składać w terminie do dnia **3 lipca 2013 r.** do godziny **12.00** budynku Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego, ul. Piłsudskiego 40 – 42, 70 – 421 Szczecin (pokój nr 343).



Otwarcie ofert jest jawne i nastąpi tego samego dnia (3 lipca 2013 r.) o godzinie 12.30 w pok. 308 w budynku Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego, ul. Piłsudskiego 40 – 42, 70 – 421 Szczecin.

z up. ZARZĄDU WOJEWÓDZTWA


Piotr Włosek
Sekretarz Województwa
Dyrektor Generalny Urzędu
Kierownik Zamawiającego

Proszę o zwrotne potwierdzenie otrzymania niniejszego pisma na nr faksu: 091 4467185

Potwierdzam otrzymanie stron pisma w dniu 2013 r. o godz.

.....

podpis osoby przyjmującej korespondencję oraz pieczętka firmy

