



Znak sprawy: WOIRZL.II.272.31.2013.JD

Szczecin, dnia 28 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
zmiana treści SIWZ oraz zmiana terminu składania i otwarcia ofert**

Zgodnie z art. 38 ust. 2 i 4 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:

W związku z prowadzonym postępowaniem na „Opracowanie, przygotowanie i przeprowadzenie kampanii promocyjnej Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego” składamy zapytanie dotyczące OPZ:

Reklam zewnętrzna na terenie województwa zachodniopomorskiego:

1 x siatka reklamowa w Koszalinie w ścisłym centrum, powierzchnia siatki: nie mniejsza niż 60 m². Zgodnie z informacją uzyskaną od właściciela nośników w terminie, w którym zamawiający chce przeprowadzić kampanię (sierpień – wrzesień 2013) wolne są jedynie siatki o powierzchniach 54m² lub 180m². Biorąc pod uwagę przewidywany koszt zamówienie, siatka o powierzchni 180m² będzie trzykrotnie droższa. W związku z powyższym prosimy o informację czy zamawiający zgodzi się na siatkę o powierzchni 54m²?

Odpowiedź:

Zamawiający w opisie przedmiotu zamówienia wskazał, jako miejsce i format ekspozycji:

„1 x siatka reklamowa w Koszalinie w ścisłym centrum

Powierzchnia siatki: nie mniejsza niż 60 m²;

Z ustaleń Zamawiającego wynika, że powierzchnie spełniające powyższe warunki są dostępne do wynajęcia. Wynajem powierzchni pod reklamę wielkoformatową jest tylko jednym z elementów cenotwórczych. Ponadto sama powierzchnia jest elementem podlegającym ocenie.



Jako jedno z kryteriów (kryterium nr 2) o wadze 10% Zamawiający wskazuje „rozmiar powierzchni siatek wielkoformatowych”, którego ocena w ramach ofert zostanie dokonana przy zastosowaniu wzoru:

$$\text{Liczba punktów} = \frac{\text{suma powierzchni siatek wielkoformatowych z oferty badanej}}{\text{największa suma powierzchni siatek wielkoformatowych z badanych ofert}} \times 100 \text{ pkt} \times 10 \%$$

Biorąc powyższe pod uwagę, rozmiar także ma znaczenie dla wyników ocen. Dodatkowo, Wykonawca może poszukać rozwiązań umożliwiających osiągnięcie wymaganego rozmiaru we wskazanych przez Zamawiającego lokalizacjach.

Pytanie 2:

Internet:

Czy wykonawca ma zrobić 2 000 000 odsłon łącznie na wszystkich portalach czy na każdym z osobna?

To Wykonawca czy Zamawiający wybiera trzy największe portale informacyjne?(emisja spotu)?

Odpowiedź:

W opisie przedmiotu zamówienia, w opisie kampanii osłonowej dla bannerów flash Zamawiający wskazuje: 2 000 000 odsłon, rozumianych łącznie jako suma odsłon.

Emisja spotu odbywać się będzie „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(..)). Wykonawca dokonuje wyboru portali, mając na względzie jak najlepsze dotarcie do grupy celowej.

Pytanie 3:

W związku z rozpoczęciem prac nad przygotowaniem oferty do przetargu nieograniczonego na „Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej na rok 2013 w ramach promocji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013” zwracam się z prośbą o przesunięcie terminu złożenia ofert na 8 lipca 2013 roku.

Powyższą prośbę motywuję wysoką złożonością zapytania wynikającą z odpowiedniego doboru 3-5 projektów realizowanych przez RPO, przygotowania strategii komunikacji, spotu TV, spotu radiowego oraz media planów. W przypadku podobnych przetargów terminy na przygotowanie propozycji oscylowały w zakresie od 3-5 tygodni od ogłoszenia zamówienia publicznego. Zważywszy na rozpoczęcie kampanii najpóźniej w dniu 1 sierpnia, przesunięcie daty złożenia finalnych ofert nie wpłynie na jakość i terminowość dalszej realizacji.

Odpowiedź:

Zamawiający przesuwa termin składania i otwarcia ofert na dzień 4 lipca 2013 r.

Pytanie 4

Mamy pytanie dotyczące Głównego Przekazu kampanii, który ma komunikować „5 dobrych praktyk”.



Potrzebujemy informacji o tych konkretnych przykładach, „praktykach” które zdaniem UM są najbardziej istotne oraz optymalnie, na których z 6 Obszarów mamy się koncentrować (Gospodarka czy Infrastruktura).

Odpowiedź:

Zamawiający nie wskazuje konkretnych przykładów dobrych praktyk. Cytując za SIWZ – OPZ, mają to być przykłady umożliwiające najlepiej: „upowszechnianie wśród ogółu społeczeństwa pozytywnego wizerunku RPO WZ, jako programu służącego rozwojowi województwa, a przez to wszystkim jego mieszkańcom (z programu pochodzą środki współfinansujące projekty, które ułatwiają codzienne funkcjonowanie mieszkańcom);”

Przykłady powinny oddawać cel programu rozumiany jako: **„Rozwój województwa zmierzający do zwiększenia konkurencyjności gospodarki, spójności przestrzennej, społecznej oraz wzrostu poziomu życia mieszkańców”**. Mają to być więc przykłady projektów umożliwiające „obudowanie Programu Regionalnego pozytywnymi emocjami i skojarzeniami”.

Ponieważ kampania kierowana jest do określonej grupy odbiorców powinny być to projekty, spełniające powyższe cele z punktu widzenia tejże grupy.

Lista projektów dostępna jest m.in. w postaci mapy projektów na stronie WWW.rpo.wzp.pl

Zmiana SIWZ dotycząca opisu przedmiotu zamówienia (załącznik nr 8 do SIWZ) dokonana z inicjatywy Zamawiającego:

Nowe brzmienie pkt 4.3.: Proponowane narzędzia (szczegółowy opis narzędzi zawiera pozycja: Szczegółowy opis narzędzi)

- **TV i kino** – 30 sekundowy spot promujący RPO WZ (wraz z jego skróconą do 20” wersją na potrzeby Internetu) w postaci projektów, stanowiących dobre praktyki (pokazujący od 3 do 5 projektów) – emisja w TVP regionalnej oraz kinach w Szczecinie, Koszalinie i innych miastach województwa
- **Internet** – emisja spotu w Internecie w minimum 3 informacyjnych portalach internetowych oraz portalach regionalnych, ponadto kampania odsłonowa w oparciu o kreacje flash w 4 regionalnych portalach informacyjnych województwa zachodniopomorskiego.
- **radio**: 2 spoty reklamowe 30 sekund każdy w minimum 3 radiostacjach o największym zasięgu regionalnym;
- **kampania outdoor**: reklama wielkoformatowa – siatki reklamowe w Szczecinie i Koszalinie;


Powyższe wyjaśnienia stają się częścią SIWZ wiążącą dla Wykonawców. Wykonawcy są zobowiązani uwzględnić powyższe zmiany podczas sporządzania ofert, w tym także podczas wypełniania załączników i druków.



Mając powyższe na uwadze, Zamawiający zmienia termin składania i otwarcia ofert. Oferty należy składać w terminie do dnia **4 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 (**4 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


Przemysław Włosek
Sekretarz Województwa
Dyrektor Generalny Urzędu
Kierownik Zamawiającego

Załącznik:

Ogłoszenie o zmianie ogłoszenia

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

