

Szczecin, dnia 14.12.2012 r.

Szczeciński Park Naukowo-Technologiczny Sp. z o.o.

ul. Niemierzyńska 17a
71-441 Szczecin
tel. +48 91 85 22 911
fax +48 91 85 22 192
NR KRS: 0000116662
NR NIP: 955-200-02-38
NR REGON: 812104930

**Wykonawcy
biorący udział w postępowaniu**

Znak sprawy: SPNT/PROJ/5/2012

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na: „Przygotowanie i realizację spójnej kampanii w latach 2012 - 2015 polegającej na przedstawieniu koncepcji i produkcji kampanii w mediach regionalnych i ogólnopolskich z podziałem na 2 zadania”

Zamawiający, działając na podstawie art. 38 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004r. – Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity: Dz.U. z 2010r. nr 113, poz. 759 ze zmianami – dalej: „ustawa PZP”), który stanowi:

„Art. 38.2. Treść zapytań wraz z wyjaśnieniami zamawiający przekazuje wykonawcom, którym przekazał specyfikację istotnych warunków zamówienia, bez ujawniania źródła zapytania, a jeżeli specyfikacja jest udostępniana na stronie internetowej, zamieszcza na tej stronie.”

udziela odpowiedzi na pytania wniesione w toku przedmiotowego postępowania o udzielenie zamówienia publicznego:

Pytanie nr 1:

Czy czas antenowy jest narzucony przez Zamawiającego, czy zależy wyłącznie od wyboru pory emisji przez Wykonawcę?

Odpowiedź na pytanie nr 1:

Zamawiający w SIWZ nie wskazał pory emisji czasu antenowego w radio, jednakże zgodnie z zapisami § III.6.7 „Wykonawca będzie zobowiązany uzyskać akceptację Zamawiającego dla każdego elementu poszczególnego Zadania dla ostatecznych projektów na 5 dni roboczych przed emisją spotu lub publikacji wywiadu czy ogłoszenia”. Szczegółowy opis zasad i czasu nadawania winien znaleźć się w „Koncepcji oferty”. Szczegółowy opis zasad i czasu nadawania winien znaleźć się w „Koncepcji oferty”.

Pytanie nr 2:

Czy doświadczenie Wykonawcy jest warunkiem bezwzględnym uczestnictwa? Jeśli tak to jak wiele usług na jaką wartość jest niezbędnych?

Odpowiedź na pytanie nr 2:

Zamawiający w § VII.1.2. Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia wskazuje niezbędne wytyczne dla Wykonawcy, a mianowicie „posiadania wiedzy i doświadczenia, tj.: przeprowadzili lub prowadzą co najmniej jedną kampanię medialną trwającą minimum 6 miesięcy w mediach regionalnych lub ogólnopolskich, polegającą m.in. na opracowaniu spotu reklamowego przeznaczonego do emisji w mediach elektronicznych, opracowaniu i przeprowadzeniu publikacji (wywiady, artykuły, itp.) w mediach drukowanych i elektronicznych. Wykonawca wykaże, że w kampanii, której był realizatorem wykorzystywane były różne kanały komunikacji:

Człowiek - najlepsza inwestycja



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



np.: telewizja, prasa (dzienniki regionalne, ogólnopolskie lub tygodniki ogólnopolskie o charakterze edukacyjno – społeczno – gospodarczym), radio ogólnopolskie i Internet”. Ponadto w Załączniku nr 4 do SIWZ Zamawiający zobowiązuje Wykonawcę do podania wartości wykonanych wcześniej usług , jednakże nie określa niezbędnych limitów.

Pytanie nr 3:

Jaki jest system rozliczeń? Czy można przyjąć system rozliczeń kwartalny?

Odpowiedź na pytanie nr 3:

Forma rozliczeń Zamawiającego z Wykonawcą reguluje § 3 Umowy stanowiącej Załącznik nr 6 do Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.

Pytanie nr 4:

Z użyciem jakich narzędzi powinny być generowane aplikacje w ramach zlecenia? Czy chodzi o działania PR, czy wyłącznie aranżacje publikacji płatnych?

Odpowiedź na pytanie nr 4:

Zamawiający w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia nie narzuca Wykonawcy narzędzi wykonania przedmiotu umowy, jednakże oczekuje przedstawienia swoich propozycji w „Koncepcji oferty”.

Pytanie nr 5:

Jak będzie wyglądał proces poszczególnych aplikacji? Kto będzie autoryzował wywiady?

Odpowiedź na pytanie nr 5:

Zgodnie z zapisami § III.6.1.1 SIWZ Wykonawca przedstawi opis, który będzie zawierał w szczególności: „ogólny opis sposobu realizacji zadań, propozycję organizacji realizacji zamówienia (zgodną z zapisami SIWZ” oraz przedstawi między innymi „sposób komunikacji pomiędzy Wykonawcą a Zamawiającym określającym czas przygotowania materiałów przez Wykonawcę oraz czas reakcji na uwagi Zamawiającego”. Ponadto „Wykonawca uzyska każdorazowo w formie pisemnej i prześle Zamawiającemu Zgodę osób na utrwalenie wypowiedzi na wideo oraz ich opublikowanie, w tym także skrótu wypowiedzi” (III.6.10 SIWZ).

Pytanie nr 6:

Jak będzie wyglądał proces akceptacji spotów radiowych? Do przedstawienia ilu propozycji zobowiązany będzie Wykonawca?

Odpowiedź na pytanie nr 6:

§ III.6.7 Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia określa między innymi zobowiązania Wykonawcy w trakcie realizacji zlecenia tj. „Wykonawca będzie zobowiązany uzyskać akceptację Zamawiającego dla każdego elementu poszczególnego Zadania dla ostatecznych projektów na 5 dni roboczych przed emisją spotu lub publikacji wywiadu czy ogłoszenia”. § III.6.1.1 wskazuje obowiązki Wykonawcy, w którym także opisany jest sposób komunikacji i czas reakcji na uwagi zamawiającego. Wykonawca zobowiązany jest do: „Przedstawienia Opisu koncepcji realizacji Zadania 1 nr i Zadania nr 2 realizowanych w ramach zamówienia na podstawie wytycznych przedstawionych przez Zamawiającego. Opis będzie zawierał w szczególności: ogólny opis sposobu realizacji zadań, propozycję organizacji realizacji zamówienia (zgodną z zapisami SIWZ), w tym co najmniej:

- wykaz osób realizujących zamówienie wraz z podziałem zadań;
- wskazanie odpowiedzialności za poszczególne zadania; metody kontroli zapewniające najwyższą jakość prowadzonych prac;
- analizę potencjalnych ryzyk i zagrożeń związanych z realizacją prac;
- propozycję przeciwdziałania i zapobiegania ryzykom oraz wskazaniem zasobów możliwych do wykorzystania w ramach realizacji zamówienia, które Wykonawca może oddelegować w przypadku wystąpienia ryzyka,
- środków i procedur przewidzianych przez Wykonawcę celem dotrzymania harmonogramu;
- sposobu komunikacji pomiędzy Wykonawcą a Zamawiającym określającym czas przygotowania materiałów przez Wykonawcę oraz czas reakcji na uwagi Zamawiającego;
- uzasadnienie przyjętych rozwiązań”.

Człowiek - najlepsza inwestycja



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Pytanie nr 7:

Jakie działania rozumieją Państwo pod sformułowaniem „Wykonawca przygotuje i przeprowadzi akcję promującą wywiady w mediach „. (SIWZ III.6.6)?

Odpowiedź na pytanie nr 7:

Standardem kampanii medialnych jest stosowanie zapowiedzi wywiadów tzw. „zajawek”, które mają na celu zwrócić uwagę na określony wywiad czy publikację. Zamawiający oczekuje przedstawienia swoich propozycji w „Koncepcji oferty”. Zamawiający oczekuje przedstawienia swoich propozycji w „Koncepcji oferty”.

Pytanie nr 8:

Czy w ramach realizacji Wykonawca otrzyma dostęp do monitoringu mediów Zamawiającego, czy musi zaplanować koszt takiej usługi po własnej stronie?

Odpowiedź na pytanie nr 8:

W okresie wykonania umowy objętej niniejszym postępowaniem przetargowym Zamawiający nie przewiduje odrębnego posiadania dostępu do monitoringu mediów, które jest podstawowym narzędziem prowadzenia i kontroli kampanii medialnej.

Zamawiający jednocześnie z udzieleniem przedmiotowych odpowiedzi zamieści ogłoszenie o zmianie ogłoszenia, w którym zmieni termin składania ofert ustalając go na dzień: **18.12.2012r.** na godzinę **14³⁰**.

Mając powyższe na uwadze kompletne dokumenty ofertowe odpowiednio opisane i ułożone zgodnie z wymogami SIWZ należy umieścić w kopercie / opakowaniu zawierającej oznaczenie: **„ICT (B)usiness to(2) (E)ducation czyli modernizacja oferty kształcenia zawodowego szkół o profilu informatycznym w powiązaniu z potrzebami lokalnego/ regionalnego rynku pracy”** oraz **„Nie otwierać przed dniem 18.12.2012 r., godz. 15⁰⁰”**.

Otwarcie ofert nastąpi **18.12.2012r.** o godzinie **15⁰⁰** w siedzibie Szczecińskiego Parku Naukowo-Technologicznego Sp. z o.o., ul. Niemierzyńska 17a, 71-441 Szczecin – sekretariat (parter).

.....
(podpis)

Człowiek - najlepsza inwestycja



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

