

Szczecin, dnia 11.12.2012 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:**

Zadanie nr 2 zakłada przeprowadzenie wywiadów, ogłoszeń oraz artykułów w terminach 01.-12.2013 (16 publikacji), 01.-12.2014 (12 publikacji), 01-04.2015 (2 publikacje). Proszę o dokładną informację ile ma być przeprowadzonych wywiadów, ile ogłoszeń a ile artykułów.

**Odpowiedź na pytanie nr 1:**

Zamawiający w § XVI.1.1. Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia dotyczącego kryterium wskazuje jako Kryterium 2 „Koncepcja oferty”. W podkryterium 1. istnieje zapis o propozycji narzędzi promocji jakimi są: wywiady, ogłoszenia i artykuły. Mając podaną liczbę 30 publikacji Zamawiający proponuje w 2013 r. 7 wywiadów, 6 ogłoszenia i 3 artykuły, w 2014 r. 6 wywiadów, 4 ogłoszenia i 2 artykuły, w 2015 r. 2 ogłoszenia lub artykuły.

**Pytanie nr 2:**

Ile wywiadów, ogłoszeń i artykułów ma być opublikowanych w mediach ogólnopolskich, a ile w mediach regionalnych?

**Odpowiedź na pytanie nr 2:**

W 2013 r. Zamawiający proponuje opublikowanie wywiadów, ogłoszeń i artykułów (16 publikacji) w mediach regionalnych, w 2014 r. i 2015 r. (14 publikacji) nie mniej niż 30% w mediach ogólnopolskich.

Człowiek - najlepsza inwestycja



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



**Pytanie nr 3:**

Ile wywiadów, ogłoszeń i artykułów ma być opublikowanych w mediach drukowanych a ile internetowych?

**Odpowiedź na pytanie nr 3:**

Zamawiający proponuje opublikowanie wywiadów, ogłoszeń i artykułów nie mniej niż 50% publikacji w mediach internetowych.

**Pytanie nr 4:**

Jaka ma być objętość wywiadów, ogłoszeń, artykułów? (Proszę o podanie ilości znaków).

**Odpowiedź na pytanie nr 4:**

W mediach drukowanych i internetowych objętość wywiadów wyniesie minimum 5 tysięcy znaków. Ilość znaków lub modułów ogłoszeń i artykułów zostanie zaproponowana przez Wykonawcę.

**Pytanie nr 5:**

Czy Zamawiający zapewnia osoby, którym będą udzielane wywiady?

**Odpowiedź na pytanie nr 5:**

Zgodnie z zapisami § III.6. Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia: „Wykonawca każdorazowo zaproponuje tematyki wywiadów i ogłoszeń w oparciu o cele i wskaźniki projektu B2E oraz zaproponuje dobór mediów drukowanych o zasięgu regionalnym i ogólnopolskim o tematyce zbieżnej lub zbliżonej do tematyki projektu”. Dobór osób zaproszonych do udzielenia wywiadów będzie inicjatywą Wykonawcy, jednakże udział wskazanych osób nastąpi za zgodą Zamawiającego.

**Pytanie nr 6:**

Czy spot promujący ma być wyemitowany równoległe w 4 rozgłoszeniach radiowych czy w 4 rozgłoszeniach radiowych w przeciągu lat 2013 – 2015?

**Odpowiedź na pytanie nr 6:**

Spot promujący winien być wyemitowany równoległe w minimum 4 wskazanych rozgłoszeniach radiowych lub równoważnych, jednakże wykaz emisji spotów Wykonawca wskaże w „Koncepcji oferty”.

**Pytanie nr 7:**

Proszę o sprecyzowanie co rozumieją Państwo przez „zaproponowanie zasad upowszechnienia informacji w projekcie B2E dotyczących zasad przestrzegania równości płci?”

**Odpowiedź na pytanie nr 7:**

Projekty realizowane w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego muszą uwzględniać **Gender mainstreaming** – politykę równości płci, stan, w którym kobietom i mężczyznom „przypisuje się taką samą wartość społeczną, równe prawa i równe obowiązki oraz gdy mają oni równy dostęp do zasobów (środki finansowe, szanse rozwoju), z których mogliby korzystać”. W ramach „Koncepcji oferty” Wykonawca zaproponuje pomysł upowszechnienia zasad przestrzegania równości płci w projekcie B2E.

**Pytanie nr 8:**

Ile różnych spotów radiowych musi wykonawca wyprodukować?

**Odpowiedź na pytanie nr 8:**

Człowiek - najlepsza inwestycja



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Wykonawca w ramach wykonania umowy wyprodukuje: spot promujący projekt B2E, spot upowszechniający produkt finalny i strategię wdrażania produktu projektu B2E i spot mającego na celu rekrutację nauczycieli na szkolenia specjalistyczne z języków programowania. Cena za produkcję niniejszych spotów wliczona będzie ryczałtowo do emisji spotów.

**Pytanie nr 9:**

W powyższym postępowaniu określiliście Państwo parametry spotów radiowych na 30" w co najmniej 4 stacjach regionalnych. Jednak w SIWZ nie ma informacji w jakim zasięgu (regionalnym/ogólnopolskim) oraz w jakiej wielkości należy zaplanować publikacje prasowe. Ponadto nie ma podziału na ilość artykułów w prasie tradycyjnej i w Internecie. Brak takich danych powoduje, że oferty pod względem cenowym będą nieporównywalne i niemożliwe do rzetelnej oceny. Prosimy o uzupełnienie treści SIWZ o informacje:

- minimalna wielkość ogłoszenia prasowego,
- ilość ogłoszeń regionalnych,
- ilość ogłoszeń ogólnopolskich,
- ilość ogłoszeń w Internecie.

**Odpowiedź na pytanie nr 9:**

Rekomendowane przez Zamawiającego stacje radiowe (ale nie bezwzględnie wymagane): „Radio Szczecin” lub równoważne, „Złote Przeboje” lub równoważne, „Eska” lub równoważne, „RMF Max” lub równoważne. Minimalna wielkość wywiadu prasowego wyniesie minimum 5 tysięcy znaków, ilość znaków lub modułów ogłoszeń i artykułów zostanie zaproponowana przez Wykonawcę. W 2013 r. Zamawiający proponuje opublikowanie wywiadów, ogłoszeń i artykułów (16 publikacji) w mediach regionalnych, w 2014 r. i 2015 r. (14 publikacji) nie mniej niż 30% w mediach ogólnopolskich. Zamawiający proponuje opublikowanie wywiadów, ogłoszeń i artykułów nie mniej niż 50% publikacji w mediach internetowych.

.....  
(podpis)

Człowiek - najlepsza inwestycja



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY

