Projekt współfinansowany z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Interreg V-A Republika Czeska – Polska 2014 – 2020

Lubawka, dnia 29 czerwca 2020 r.

IGKiP.1.042.29.7.12.1.2019

Wykonawcy zainteresowani
ogłoszonym przetargiem

Dotyczy przetargu: **„Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii promocyjnej w ramach projektu pn.: „Łączy nas Bóbr”**

Ogłoszenie o numerze: **554511-N-2020 z dnia 2020-06-25**

Do Zamawiającego wpłynęły zapytania od Wykonawców dotyczące wyjaśnienia treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia wraz z załącznikami dla zamówienia pn.: „Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii promocyjnej w ramach projektu pn.: „Łączy nas Bóbr”

Działając zgodnie z art. 38 ust. 1 i 2 Ustawy Prawo Zamówień Publicznych informuję:

Pytanie numer 1.

Proszę o doprecyzowanie wymogów dot. składowych oferty.
W załączniku nr 4 do SIWZ znajduje się informacje, że
"Na etapie składania oferty Wykonawca zobowiązany jest do opracowania wstępnej koncepcji strategicznej i wstępnej koncepcji kreatywnej kampanii (będącej spójną z koncepcją wizerunkową Gminy Lubawka oraz z założeniami w zakresie promocji Programu Interreg V-A Republika Czeska Polska), które zostaną uszczegółowione na etapie realizacji zamówienia i będą stanowiły bazę wszystkich prowadzonych działań. Zamawiający nie wymaga przedłożenia koncepcji na etapie składania ofert".
W kolejnym punkcie zapisane jest, że
a) Wstępna koncepcja strategiczna musi zawierać opis głównych działań w ramach realizacji danej części kampanii promocyjnej".
Z kolei SIWZ, rozdział VIII nie wspomina o tym, by wstępna koncepcja/koncepcja miałaby być załącznikiem do Oferty, z czego wnioskuję, że Zamawiający ostatecznie nie oczekuje, że będzie ona stanowiła część Oferty.
Czy należy przyjąć taki tok rozumowania?

Odpowiedź:

Wstępna koncepcja zgodnie z SIWZ nie jest wymagana przy składaniu ofert.

Pytanie numer 2.

Zwracam się z prośbą o udzielenie informacji dot. szacunkowej wartości zamówienia (lub kwoty jaką Zamawiający zamierza przeznaczyć na realizację zadania) dla Przygotowania i przeprowadzenia kampanii promocyjnej. Jednym z kryterium oceny ofert jest liczba dodatkowych elementów promocyjnych. W związku z tym, że w kryteriach nie mamy zaznaczonego górnego pułapu liczby dodatkowych elementów, chcielibyśmy uzyskać informację w jakim przedziale cenowym możemy się poruszać.

Odpowiedź:

Informacja na temat wartości zamówienia zostanie przekazana w dniu otwarcia ofert.

Pytanie numer 3.

1. Pytanie dotyczące podpunktu d – Opracowanie i publikacja spotów reklamowych w formie materiału filmowego w mediach lokalnych i ponadlokalnych.
   Czy w wycenie Wykonawca powinien uwzględnić płatne lokowanie materiałów filmowych w mediach? W ilu mediach powinna pojawić się publikacja wideo? Czy dopuszczalne jest rozpowszechnianie materiałów video za pomocą bezpłatnych form – takich jak publikacja w social mediach?

Odpowiedź:

Celem kampanii, określonym w rozdziale I pkt. 4 SOPZ, jaki Wykonawca musi wykazać jest poinformowanie o projekcie grupy 500 000 osób. Zamawiający nie ogranicza ilości mediów, ich formy ani czasu ich publikacji pod warunkiem spełnienia warunku targetowania danego medium. Zadaniem Wykonawcy jest takie dobranie mediów aby wykazać za pomocą statystycznych źródeł spełnienie powyższego kryterium.

2. Pytanie dotyczące podpunktu e – Prowadzenie kampanii poprzez strony www partnerów, stronę www projektu, media społecznościowe, portale informacyjne i blogi internetowe
   Jaka jest planowana częstotliwość wpisów dla każdego z portalu w skali tygodnia? (rekomendowane 3 w tygodniu). Proszę o potwierdzenie, że treści i grafiki leżą po stronie Wykonawcy. Czy dysponują Państwo bazą zdjęć, która mogłyby zostać udostępniona Wykonawcy w celu realizacji kampanii?

Odpowiedź:

Celem kampanii, określonym w rozdziale I pkt. 4 SOPZ, jaki Wykonawca musi wykazać jest poinformowanie o projekcie grupy 500 000 osób. Zamawiający nie ogranicza częstotliwości wpisów publikowanych przez media elektroniczne. Potwierdzam, że wykonanie treści i grafiki leży po stronie Wykonawcy. Zamawiający udostępni materiały zdjęciowe, które są w jego zasobach.

Pytanie numer 4.

Czy artykuły przygotowane w ramach tego zadania powinny ukazać się w prasie polskiej, czy także czeskiej? -targetowanie geograficzne (woj. dolnośląskie, Mikroregion Zaclerski oraz Powiat Trutnowski). Czy publikacja w prasie czeskiej dotyczy tylko tego zapis: „- Dodatkowo Zamawiający ma prawo do zlecenia maksymalnie 2 półstronicowych ogłoszeń dotyczących organizowanych w ramach inwestycji eventów opublikowanych w minimum 3 mediach lokalnych lub regionalnych w tym w jednym Czeskim.”?

Odpowiedź:

Celem kampanii, określonym w rozdziale I pkt. 4 SOPZ, jaki Wykonawca musi wykazać jest poinformowanie o projekcie grupy 500 000 osób. Do decyzji Wykonawcy należy dobranie mediów w taki sposób aby powyższy cel został osiągnięty.
W przypadku organizacji eventu nałożony jest wymóg publikacji w minimum 3 mediach lokalnych lub regionalnych w tym w jednym Czeskim.”?

Burmistrz Miasta Lubawka
/-/ Ewa Kocemba

Sprawę prowadzi:
Michał Salata
podinspektor ds. budownictwa i architektury
tel. 516 322 378
e-mail: Salata.michal@lubawka.eu