

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego dla Województwa Dolnośląskiego na lata 2007-2013

GMINA PODGÓRZYN
ul. Żołnierska 14
58-562 PODGÓRZYN
NIP 611-01-07-601 REGON 230821718

Podgórzyn 10.02.2011r.

RR-271.1.2011

Wykonawcy,
którzy pobrali Specyfikację
Istotnych Warunków Zamówienia

Dotyczy: przetargu nieograniczonego na „Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii promocyjnej „Aktywnie w górach” w mediach”.

- Treść zapytań wraz z wyjaśnieniami do Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia (SIWZ)

Wójt Gminy Podgórzyn działając na podstawie art. 38 ust.2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004r. Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity: Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759.) przekazuje treść zapytań wraz z wyjaśnieniami do SIWZ:

1. W związku z prowadzonym przez Państwa postępowaniem na udzielenie zamówienia publicznego w trybie przetargu nieograniczonego uprzejmie prosimy o odpowiedź: czy została ustalona, jeśli tak to jaka jest maksymalna wartość zamówienia?
2. W SIWZ w pkt.12.2 jest napisane, iż Wykonawca musi się wykazać wykonaniem w ostatnich trzech latach minimum jednego zamówienia, którego przedmiotem było wykonanie usług w zakresie reklamy, na które składało się łącznie: przygotowanie programu reklamowego z jego produkcją i postprodukcją, realizacja audycji w radio, opracowanie publikacji prasowych, wartość usługi min. 50 000 brutto. Wykonawca potwierdzi wykonanie w/w usługi poprzez załączenie do oferty dokumentów potwierdzających, że usługi zostały wykonane zgodnie z zamówieniem i prawidłowo ukończone (np. referencje, protokoły odbioru). Co rozumie zamawiający poprzez przygotowanie programu reklamowego z jego produkcją i postprodukcją? Jaki ma być charakter, styl, forma i czas trwania takiego programu reklamowego.
3. W SIWZ pkt.12.2 jest napisane, iż zamawiający wymaga, aby Wykonawca wykazał się
 - dostępem do TV ogólnopolskiej o zasięgu technicznym min. 4 mln odbiorców,
 - dostępem do TV lokalnej o zasięgu technicznym min. 150 tys odbiorców,
 - dostępem do TV regionalnego o zasięgu technicznym min. 500 tys odbiorców,
 - dostępem do radia ogólnopolskiego,
 - dostępem do prasy gazety lub magazynu branżowego o zasięgu ogólnopolskim.Potwierdzeniem spełniania w/w warunków kwalifikacyjnych jest złożenie oświadczeń umożliwiających ich sprawdzenie przez komisję przetargową lub innych dokumentów potwierdzających jednoznacznie spełnienie warunków. Zamawiający nie będzie uwzględniał dostępów internetowych. Czy potwierdzeniem spełniania w.w. wymagań może być dokument z

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego dla Województwa Dolnośląskiego na lata 2007-2013

domu mediowego, w którym dostaniemy potwierdzenie udostępnienia ww mediów na czas trwania kampanii.

Program w TV

4. Przygotowanie szczegółowego scenariusza programu reklamowego, produkcja i postprodukcja (montaż, udźwiękowienie, napisy, loga, opcjonalne dodanie lektora) oraz emisja programu w TV o zasięgu ogólnokrajowym o czasie trwania 15 minut.
Czy ma to być program w konwencji studia wyjazdowego, do którego zapraszani są lokalni przedstawiciele Państwa gminy, prezentujący atrakcje oraz możliwości spędzania czasu wolnego w Państwa regionie?
5. Czy Państwo będą sami dobierać osoby z regionu, które najlepiej zaprezentują ofertę wypoczynku i aktywnego spędzania czasu?
6. Czy emisja programu ma być w sezonie zimowym – luty/marzec 2011 i prezentować ofertę zimowego wypoczynku?
7. Prosimy o przedstawienie Państwa oczekiwań w ramach formuły studia wyjazdowego.
8. Jak Państwo rozumieją zapis:
Ponadto Zamawiający wymaga aby Wykonawca wykazał się :
 - dostępem do TV ogólnopolskiej o zasięgu technicznym min. 4 mln odbiorców,
 - dostępem do TV lokalnej o zasięgu technicznym min 150 tys. odbiorców,
 - dostępem do TV regionalne o zasięgu technicznym min 500 tys. odbiorców,
 - dostępem do radia ogólnopolskiego,
 - dostępem do prasy gazety lub magazynu branżowego o zasięgu ogólnopolskimCo oznacza słowo dostęp?
Agencje reklamowe w ramach swojej działalności mają podpisane umowy na zakup czasu reklamowego, powierzchni reklamowej, emisji w mediach. Mogą tym samym realizować kampanie reklamowe w dowolnym zasięgu.

Prawa autorskie

9. Czy prawa autorskie mają dotyczyć spotu radiowego, artykułu prasowego, reklamy internetowej czy również programu TV?

W ramach realizacji programu studia wyjazdowego, telewizja pokrywa honoraria osób realizujących program, jednak koszt wykupienia tych praw do późniejszej wielokrotnej publikacji jest bardzo duży, a w niektórych przypadkach wręcz niemożliwy.

Artykuł prasowy

10. Czy Państwo dostarczają zdjęcia do przygotowania projektu przekazu reklamowego?
11. Czy dopuszczają Państwo zakup zdjęć z bibliotek z prawem do wykorzystania na zasadzie licencji/ wykorzystanie w ramach przeprowadzonej kampanii reklamowej/?
Licencja nie umożliwia przekazania Państwu praw autorskich na własność do tych zdjęć.

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego dla Województwa Dolnośląskiego na lata 2007-2013

Internet

12. Czy przedmiotem wyceny jest publikacja billboardu zaanimowanego fleshowo czy też ma to mieć formę klipu/filmu reklamowego?
13. Czy Państwo dostarczą zdjęcia do wykonania przekazu reklamowego?
14. Czy portal ma być wybrany z pierwszej 5 polskich portali horyzontalnych wg badań Gemius.pl?
Czas emisji – minimum 30 dni oznacza, że emisje mają być codziennie? Jest określona dzienna minimalna ilość emisji?
Czy całościowa minimalna liczba emisji ma wynieść 1 000 000, 2 000 000, lub więcej emisji?
15. Proszę o wyjaśnienie sformułowania: „Zamawiający wymaga aby Wykonawca wykazał się :
 - dostępem do TV ogólnopolskiej o zasięgu technicznym min. 4 mln odbiorców,
 - dostępem do TV lokalnej o zasięgu technicznym min 150 tys. odbiorców,
 - dostępem do TV regionalne o zasięgu technicznym min 500 tys. odbiorców,
 - dostępem do radia ogólnopolskiego,
 - dostępem do prasy gazety lub magazynu branżowego o zasięgu ogólnopolskimCzy wystarczy nasze oświadczenie, iż współpracujemy z takimi mediami jako agencja?
16. Program reklamowy w TV
Przygotowanie szczegółowego scenariusza programu reklamowego, produkcja i postprodukcja (montaż, udźwiękowienie, napisy, loga, opcjonalne dodanie lektora) oraz emisja programu w TV o zasięgu ogólnokrajowym o czasie trwania 15 minut.
Stacje telewizyjne niestety nie emitują programów reklamowych o tej długości. Czy istnieje zatem możliwość podzielenia tych 15 minut na np. na 5 spotów po 3 minuty?
17. Co Zamawiający rozumie pod pojęciem zasięg ogólnokrajowy TV?
18. Czy film/audycja w tv ma obejmować 1 emisję 15 minutową?
19. Na stronie 2 „Zamówienie obejmuje” w punkcie c) Artykuł w gazecie o zasięgu ogólnokrajowym „Aktywnie w górach” znajduje się zapis: „Nakład min. 30 000 egzemplarzy”. Na stronie 27 „Opis przedmiotu zamówienia Załącznik nr 1 do wzoru umowy” c) Artykuł w gazecie o zasięgu ogólnokrajowym „Aktywnie w górach” znajduje się zapis: „Nakład min. 4 000 egzemplarzy”. Który z zapisów jest obowiązujący?
20. W punkcie dotyczącym spotu reklamowego „Aktywnie w górach” w Internecie nie została określona minimalna liczba odsłon strony lub real users, na której ma się znaleźć billboard. Jakim kryterium ma kierować się Wykonawca przy wyborze portalu?
21. Z uwagi na to, że wyjaśnienia mogą wpłynąć na modyfikację specyfikacji istotnych warunków zamówienia – art. 38 ust. 4 ustawy z dnia 29 stycznia 2004r. Prawo zamówień publicznych (Dz.U. z 2010 r. nr 113, poz. 759 z późn. zmianami) Wykonawca prosi o przedłużenie terminu składania ofert, gdyż brak szczegółowych informacji dot. opisu przedmiotu zamówienia powoduje, że jest niezbędny dodatkowy czas na wprowadzenie zmian w ofertach.

Ad. 1

Na tym etapie postępowania Zamawiający nie udziela żadnych informacji, co do kwoty przeznaczonej na realizację zamówienia.

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego dla Województwa Dolnośląskiego na lata 2007-2013

Informacja taka zostanie odczytana przed otwarciem ofert.

Ad. 2

Zapis punktu 12.2. SIWZ został zmodyfikowany w dniu 10.02.2011r.

Ad. 3

Zapis punktu 12.2. SIWZ został zmodyfikowany w dniu 10.02.2011r.

Ad. 4

Zamawiający dopuszcza możliwość programu reklamowego w konwencji studia wyjazdowego.

Ad. 5

Kwestia ta będzie uzgadniana na etapie realizacji, przy uwzględnieniu zaakceptowanego scenariusza.

Ad. 6

Zamawiający nie wskazuje na szczegółowy termin emisji, wiążący jest termin zakończenia przedmiotu zamówienia. Program ma uwzględniać cele zamówienia określone w pkt. 2.1 SIWZ.

Ad. 7

Kwestia formuły programu wg zaakceptowanego scenariusza.

Ad. 8

Zapis SIWZ został zmodyfikowany w dniu 10.02.2011r .

Ad. 9

Obowiązuje zapis w pkt. 2.9. i 2.11. SIWZ. Natomiast, w odniesieniu do programu reklamowego w TV w konwencji studia wyjazdowego lub podobnej Zamawiający wymaga kopii wyemitowanego programu w TV.

Ad. 10

Zamawiający dopuszcza taką możliwość.

Ad. 11

SIWZ nie dopuszcza takiej możliwości.

Ad. 12

Kreacja animowana – flash.

Ad.13

Zamawiający dopuszcza taką możliwość.

Ad. 14

Zapis SIWZ został zmodyfikowany w dniu 10.02.2011r .

Ad. 15

Zapis SIWZ został zmodyfikowany w dniu 10.02.2011r .

Ad. 16

Zamawiający dopuszcza taką możliwość.

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego dla Województwa Dolnośląskiego na lata 2007-2013

Ad. 17

Zapis SIWZ został zmodyfikowany w dniu 10.02.2011r .

Ad. 18

Zamawiający dopuszcza taką możliwość.

Ad. 19

Zapis SIWZ został zmodyfikowany w dniu 09.02.2011r .

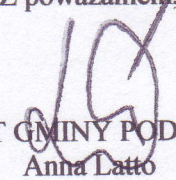
Ad. 20

Zapis SIWZ został zmodyfikowany w dniu 10.02.2011r .

Ad. 21

Termin składania ofert został przedłużony do 18.02.2011r.

Z poważaniem,



WÓJT GMINY PODGÓRZYN
Anna Lato