

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

Podgórzyn 10.02.2011r.

RR-271.1.2011

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

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.

- Telewizje mają ramówki ze ściśle określonymi spotami (na spoty reklamowe o długości 15,30 lub 45 sekund) lub formatami („product/idea placement” w serialach, obecność w programach, najczęściej w paśmie porannym, w postaci wywiadu, reportażu). Przy tej ostatniej formule najczęściej materiał powstaje w trójkacie klient – agencje PR – telewizja; wtedy stacja telewizyjna wysyła własną ekipę na produkcję. Tego typu formaty nie mają ściśle określonego standardu czasowego, ale zazwyczaj trwają maksymalnie kilka minut.
- Formaty produkowane lub kupowane przez telewizje (seriale, programy, filmy) mają określoną długość ze względu na konieczność ich wpasowania pomiędzy bloki reklamowe (jest to np.: 17 minut dla stacji komercyjnych, 27 minut dla telewizji publicznej, czy 52 minuty jako standardowa „godzina telewizyjna”). Z powyższego wynika, że de facto nie ma możliwości wykupienia „bloku” o długości 15 minut z przeznaczeniem na emisję filmu reklamowego.
- Zakładając czysto hipotetyczną sytuację, że jakaś stacja telewizyjna zgodziłaby się wyemitować film/reportaż o długości kilkunastu minut, zasadniczym pytaniem jest efektywność takiego działania: jednokrotna emisja nie przyniesie żadnych efektów jeśli chodzi o zbudowanie świadomości (wg kryteriów merytorycznych) czy zasięgu (wg kryteriów mediowych). W tej sytuacji, a także biorąc pod uwagę efektywność podejmowanych działań przy stosunkowo małym budżecie na emisję i jednocześnie konieczności zbudowania zasięgu, skuteczniejsza byłaby np. produkcja filmu wraz z kilkoma formatami towarzyszącymi (np.: krótkie zajawki) oraz np. emisja takiego materiału przez Internet. Można tu pomyśleć o zintegrowanych działaniach typu

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

niewielka kampania odśłonowa (banery), kanał z filmem na You Tube, fanpage na Facebooku oraz ewentualnie obecność na forach tematycznych.

Czy utrzymują Państwo zapis w zakresie „filmu reklamowego o długości 15 minut i emisji programu w TV o zasięgu ogólnokrajowym?

2. Co oznacza, że Wykonawca wykaże 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 ogólnopolskim

Jakie konkretnie i jakiej treści oświadczenie lub dokument ma przedstawić Wykonawca na potwierdzenie spełnienia w/w warunków kwalifikowalnych.

Zwracamy się o wyjaśnienie tego zapisu ponieważ nie jest to powszechna praktyka przy postępowaniach tego typu.

3. Brak jest szczegółowych informacji, precyzyjnych wskazań dotyczących przygotowania media planu w Internecie – dotyczy:

Spot reklamowy „Aktywnie w górach” w Internecie

Przygotowanie spotu reklamowego typu billboard o minimalnym rozmiarze 750 x 100 pixeli, adaptacja projektu układu graficznego przygotowanego przez Wykonawcę do wymogów technicznych nośników oraz wykonanie koniecznych animacji, przygotowanie nośników do emisji zgodnie z wymogami technicznymi portalu/wydawcy, nadzór nad prawidłową emisją.

Czas emisji min. 30 dni. Billboard będzie przekierowywał na stronę internetową www.podgorzyn.pl

Jakie są szczegółowe wymagania dotyczące przygotowania media planu w Internecie?

Ad. 1

Opis przedmiotu zamówienia w zmodyfikowanej SIWZ z dnia 10.02.2011r

Ad. 2

Zapis SIWZ został zmodyfikowany w dniu 10.02.2011r .

Ad. 3

Zamawiający nie określa szczegółowych wymagań dotyczących media planu w Internecie. Media plan w Internecie winien uwzględniać zapisy SIWZ.

Z poważaniem,

WÓJT GMINY PODGÓRZYN
Anna Latto