



MARSZAŁEK
WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO
25 –516 Kielce, Al. IX Wieków Kielc 3

DOA.III-3323-1/09

Kielce, 2009-02-25

Do
wszystkich zainteresowanych,
którzy pobrali SIWZ.

WYJAŚNIENIA NR 6 DO SIWZ

Dotyczy: Zamówienia publicznego w trybie przetargu nieograniczonego poniżej 206 000 euro na usługę „przygotowania oraz realizacji kampanii reklamowej Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013”.

Zamawiający – Urząd Marszałkowski Województwa Świętokrzyskiego w Kielcach, działając na podstawie art. 38 ust. 2 ustawy Prawo zamówień publicznych przekazuje treść pytań jakie wpłynęły od Wykonawcy i udziela wyjaśnień o treści:

Pytanie nr 1:

Mam tym razem pytania dotyczące druku broszur:

- okładka na ESPRIT – czy to ma być osobna okładka czy mówimy od druku tak zwanym „3d” (zespolony papier z materiałem)
- okładka na ESPRICIE – bigowana da brzydki efekt, poza tym przy oprawie zeszytowej będzie się przeżyła i odstawała od okładki
- proponujemy oprawę spiralną
- sztanca na okładce – jaki kształt? – czy sztancujemy po obrysie, czy wewnątrz okładki
- czy sztancowany jest też ESPRIT?
- nakładka z ESPRITU powinna być o 1 mm większa z każdej strony (przećwiczone w boju, nie zagina się papier zwłaszcza przy proponowanej oprawie spiralnej).

Odpowiedź nr 1:

W odpowiedzi na pytania Zamawiający na podstawie art. 38 ust. 4 ustawy Prawo zamówień publicznych dokonuje zmiany treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia w ten sposób, że w Załączniku nr 1 do SIWZ „Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia” w rozdziale VIII „Druk broszur informacyjnych” skreśla się zamieszczone w pkt. 2 i 3 zapisy zastępując je nowymi o brzmieniu:

„2. Budowa broszury format A5 – 12 stronna:

- okładka – składająca się z dwóch warstw: pierwsza wykonana z papieru MultiArtSilk 350g/m², kolor 4+4, wybiórczo lakier UV 1+0 na nią nałożona druga warstwa (nakładka) wykonana z tworzywa transparentnego ESPRIT o grubości 0,3 mm lub równoważnego, kolor 5+0, format nakładki tożsamy z formatem

okładki (dopuszcza się odstępstwo nakładki od formatu okładki właściwej + 1 mm z każdej strony), nakładka jest osobną okładką

- kolejne strony – środek wykonany z papieru kreda 250g/m², kolor 4+4
- na całości lakier offset mat 1+1
- broszura w układzie poziomym, oprawa spiralna po krótszym boku

3. Przez równoważne dla tworzywa transparentnego ESPRIT Zamawiający rozumie transparentną płytę polipropylenową o grubości 0,3mm.”

Pozostała część opisu rozdz. VIII Załącznika nr 1 do SIWZ nie ulega zmianie.

Pytanie nr 2:

Czy Zamawiający dopuszcza odstępstwo od wymagań dotyczących kampanii na nośnikach wielkoformatowych.

Jeden z operatorów posiada nośniki 6x3 (oczywiście są oświetlone). Natomiast w praktyce nie wykleja ich winylami .

Czy Zamawiający dopuszcza, by na tego typu nośnikach pojawiły się plakaty Blue Back Side 120g/m², pełny kolor , 4+0?

Odpowiedź nr 2:

Zamawiający nie dopuszcza, aby na nośnikach wielkoformatowych o wym. 6m x 3m zostały wyklejone plakaty wykonane z papieru BlueBackSide 120g/m². Zamawiający wymaga, aby papier z którego wykonane będą plakaty odpowiadały wymaganiom technicznym opisanym w rozdz. V pkt 4 Załącznika nr 1 do SIWZ.

Pytanie nr 3:

Czy spot telewizyjny będzie wykorzystywany gdzieś jeszcze? Koszt jego produkcji będzie niewspółmiernie wysoki do kosztów emisji i zasięgu emisji a tym samym mało efektywny – może jednak zdecydowałibyscie się Państwo na inną formę reklamy...

Odpowiedź nr 3:

Zamawiający podtrzymuje założenia opisane w rozdz. II Załącznika nr 1 do SIWZ Zamawiający nie wyklucza możliwości wykorzystania spotu telewizyjnego w przyszłości.

Pytanie nr 4:

W kryteriach mediów równoważnych nie podano grupy docelowej której wskaźnik słuchalności ma dotyczyć – czy mam rozumieć, że chodzi o „all 18+” – brak tego doprecyzowania może powodować różne podejście do tego zagadnienia – zawężanie grup i dopasowywanie wyników do potrzeb oferentów.

Odpowiedź nr 4:

Zamawiający informuje, że kryteria mediów równoważnych, a „za równoważne”- zgodnie z rozdz. IV pkt 2 Załącznika nr 1 do SIWZ Zamawiający uznaje stacje radiowe ze wskaźnikiem słuchalności o dziennym zasięgu na terenie Miasta Kielce minimum 9% (zgodnie z badaniami przeprowadzonymi dla Radia Track przez MillwardBrown SMG/KRC za okres od stycznia do grudnia 2007 roku)” dotyczą grupy 18+, zgodnie z postanowieniami rozdz. II pkt 4 SIWZ.

Pytanie nr 5:

Jeżeli chodzi o wynajem powierzchni reklamowej na autobusach komunikacji miejskiej to jak rozumiem dokonaliście Państwo rezerwacji – proszę o informację w jakiej firmie – niestety obawiam się, że może to spowodować usztywnienie polityki cenowej owego podmiotu, zwłaszcza, jeżeli podmiot ten również będzie składał swoją ofertę. Podobna sytuacja miała

już miejsce. Proponuję abyście uzyskali Państwo od tej firmy pisemną gwarancję ceny za wynajem autobusów i deklarację utrzymania tej ceny dla innych oferentów wraz ze zgodą na przekazanie jej oferentom. W innym przypadku grozi o znacznym osłabieniu konkurencyjności ofert.

Odpowiedź nr 5:

Zamawiający posiada rezerwację autobusów komunikacji miejskiej należących do Miejskiego Przedsiębiorstwa Komunikacji sp. z o.o. w Kielcach. Cena dla wszystkich Wykonawców jest jednakowa zgodnie z cennikiem usług MPK Sp. z o.o. w Kielcach. Zgodnie z cennikiem owej firmy cena uzależniona jest od rodzaju pojazdu. Dodatkowo Zamawiający sugeruje zapoznanie się z odpowiedziami nr 2 i 4 Wyjaśnień nr 4 do SIWZ z dnia 18 lutego 2009 roku.

Pytanie nr 6:

Istotna jest także data realizacji – jak rozumiem firma, która przyjęła rezerwację już ją zna czy zatem również moglibyśmy ja poznać (koszty niektórych mediów zmieniają się sezonowo).

Odpowiedź nr 6:

Zamawiający wnioskuję, iż pytanie dotyczy terminu realizacji kampanii na nośniku – autobusy komunikacji miejskiej.

Odpowiedź na powyższe pytanie została udzielona w Wyjaśnieniach nr 4 do SIWZ z dnia 18 lutego 2009 roku – odpowiedź nr 2.

Pytanie nr 7:

Konfiguracja medioplanu nie sprzyja budowaniu zasięgu kampanii – ukierunkowana jest raczej na zwielokrotnienie kontaktu w węższej niż w przypadku optymalizacji zasięgowej grupie – czy to efekt zamierzony i pożądany przez Państwa?

Odpowiedź nr 7:

Zamawiający informuje, iż jest to efekt zamierzony i pożądany.

Pytanie nr 8:

W przypadku raportu nie określiliście Państwo wielkości i charakterystyki próby – elementy niezmiernie istotne ze względu na koszty.

Odpowiedź nr 8:

Odpowiedź na powyższe pytanie została udzielona w „Sprostowaniu Wyjaśnieniach nr 4 do SIWZ” z dnia 20 lutego 2009 roku. Zamawiający wymaga, aby ankieta przeprowadzona została na reprezentatywnej grupie 100 osób (próba) wśród potencjalnych odbiorców kampanii reklamowej RPOWS – grupa docelowa: ogół społeczeństwa Województwa Świętokrzyskiego (18+) w tym potencjalni beneficjenci RPOWS – zgodnie z postanowieniami rozdz. II pkt 4 SIWZ.

Pytanie nr 9:

Proszę o wyjaśnienie zapisu:

Bilbordy będą eksponowane przez okres 1 miesiąca od momentu rozpoczęcia kampanii reklamowej, czy musi to być czerwiec, czy może to być inny miesiąc?

Odpowiedź nr 9:

Nie, Zamawiający nie wymaga, aby kampania rozpoczęła się w miesiącu czerwcu. Zamawiający w rozdz. IV pkt. 2 SIWZ wskazał pożądany termin rozpoczęcia kampanii na

dzień 1 czerwca 2009 roku. Ponadto Zamawiający wskazuje na pozostałe terminy wykonania zamówienia wskazane w w/w rozdz. IV SIWZ:

pkt. 1: Zamawiający wymaga aby Wykonawca zrealizował przedmiot zamówienia do 31 grudnia 2009 roku.

pkt. 3 Zamawiający nie dopuszcza rozpoczęcia ani trwania kampanii w miesiącach wakacyjnych - lipiec, sierpień 2009 roku (z wyłączeniem przypadku realizacji kampanii z wykorzystaniem autobusów komunikacji miejskiej rozpoczętej w miesiącu czerwcu).

Pytanie nr 10:

Jeżeli chodzi o prawa autorskie (zapis w umowie) to najczęściej jest to udzielenie licencji – zwłaszcza chcąc podpisać umowę na wykorzystanie wizerunku aktorów wiąże się to z olbrzymimi kosztami – może jednak możecie Państwo określić jakąś czasoprzestrzeń...

Odpowiedź nr 10:

Zamawiający podtrzymuje zapisy dotyczące praw autorskich, zamieszczone w §9 Dodatku nr 7 do SIWZ „Wzór umowy”.

Dodatkowo, na podstawie art. 38 ust. 4 ustawy Prawo zamówień publicznych Zamawiający dokonuje zmiany Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia w ten sposób, że w Załączniku nr 1 do SIWZ, w rozdz. VII skreśla się treść pkt. 3 o brzmieniu nadanym zmianą SIWZ z dnia 18. 02.2009 (wyjaśnienia nr 4, odpowiedź na pytanie 6) i nadaje się mu nowe brzmienie:

„3. Artykuł będzie zajmował powierzchnie całej strony gazety i będzie przedstawiony na stronie redakcyjnej, z wyłączeniem stron od 1 do 5 włącznie, kolor 4+0, tekst plus kolorowe zdjęcia.”

Pozostała część opisu rozdz. VII Załącznika nr 1 do SIWZ nie ulega zmianie.

UWAGA:

Zamawiający informuje, iż dokonane zmiany treści SIWZ stanowią jej integralną część, a przy tym z uwagi na ich zakres, na podstawie art. 38 ust.4a ustawy Prawo zamówień publicznych, Zamawiający przedłuża termin składania i otwarcia ofert **na dzień 3 marca 2009 roku**. Miejsce oraz godzina składania i otwarcia ofert nie ulegają zmianie.

z up. MARSZAŁKA WOJEWÓDZTWA
Maryla Rzezycka
Z-ca Dyrektora Biura
Organizacyjno-Administracyjnego