

261-08/19 wyjaśnienia treści SIWZ 1

Do wszystkich wykonawców

- I. Działając zgodnie z art. 38 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (zwanej dalej Pzp) Zamawiający przedstawia poniżej pytanie do treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia dla przetargu nieograniczonego na **usługę przygotowania i przeprowadzenia kompleksowej kampanii promującej czytelnictwo w Polsce wśród najmłodszych, numer 261-08/19**, wraz z udzielonymi wyjaśnieniami:

Pytanie nr 1

Czy jest wypełnieniem warunku zawartego w pkt. V 1.3.1 SIWZ:

„O udzielenie zamówienia może ubiegać się Wykonawca, który wykaże wykonanie w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie – co najmniej trzech usług, których przedmiotem było przygotowanie i przeprowadzenie kampanii reklamowych i/lub społecznych obejmujących co najmniej: działania w mediach tradycyjnych (minimum telewizja, radio, outdoor) oraz w Internecie i z wykorzystaniem mediów społecznościowych...”

jeśli w/w media były wykorzystane w sumie w 3 kampaniach, czy też w każdej z 3 kampanii był wykorzystany każdy rodzaj w/w mediów?

Odpowiedź nr 1

Poniżej Zamawiający dokonuje zmiany treści SIWZ w tym zakresie.

Pytanie nr 2

Czy jest wypełnieniem warunku zawartego w pkt. V 1.3.1 SIWZ:

„W ramach tych usług Wykonawca musi udokumentować ponadto:

- współpracę z minimum 1 domem mediowym przy zakupie mediów (w szczególności: telewizja, radio, outdoor, internet, social media) na potrzeby realizacji kampanii,
- współpracę z min. 1 producentem telewizyjnych spotów reklamowych na potrzeby realizacji kampanii.”

jeśli wykonawca zamierza korzystać z podwykonawstwa domu mediowego (lub jeśli jednym z wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia jest dom mediowy) oraz sam wykonawca jest producentem spotów reklamowych.

Odpowiedź nr 2

Zamawiający wyjaśnia, iż dopuszczalne jest potwierdzenie spełniania warunku udziału w postępowaniu określonym w pkt V.1.3.1 SIWZ przez przedstawienie zadań, w których Wykonawca współpracował z domem mediowym (w zakresie wskazanym w pkt V.1.3.1 SIWZ) oraz samodzielnie – jako producent – realizował spoty reklamowe, z zastrzeżeniem, że takie zadanie odpowiadałoby także pozostałym wymaganiom wyartykułowanym w pkt V.1.3.1 SIWZ.

Pytanie nr 3

SIWZ pkt III ust 1. ppkt 10)

Zamawiający jako jeden z elementów kampanii wymienia działania z zakresu PR.

W załączniku 6 OPZ wskazany zakres nie został opisany/nie występuje, jednocześnie w Załączniku Nr 1 Formularz oferty w pkt 4 (tabela-wiersz 7) została uwzględniona pozycja do wyceny.

Czy zamawiający wyjaśni nieścisłość?

Czy działanie będzie realizowane?

Czy Zamawiający dokona opisu tego działania?

Odpowiedź nr 3

Działanie będzie realizowane zgodnie z III.1.10 SIWZ, tj., przez co Zamawiający rozumie przygotowanie i organizację konferencji prasowej promującej kampanię, której scenariusz będzie uzgodniony z Zamawiającym, produkcję gadżetów promocyjnych rozdawanych na eventach oraz konferencji prasowej jak również prowadzenia bieżącego monitoringu mediów dotyczącego szeroko zakrojonych działań w ramach kampanii Mała książka – wielki człowiek.

Pytanie nr 4

W Załączniku nr 1 Formularz oferty w pkt 4 (tabela) nie została uwzględniona pozycja dotycząca płatnej promocji w Internecie.

Czy kalkulację tego działania mamy uwzględnić w wierszu 5 tabeli?

Odpowiedź nr 4

Tak.

Pytanie 5

SIWZ pkt III ust 1. ppkt 6)

Zamawiający jako jeden z elementów kampanii wymienia reklama radiowa i telewizyjna (stworzenie spotów, zakup czasu antenowego).

W Załączniku Nr 1 Formularz oferty w pkt 4 (tabela) nie została uwzględniona pozycja dotycząca zakupu czasu antenowego w radio, jednocześnie w Załączniku Nr 6 OPZ (Zakres przedmiotu zamówienia pkt 7)) wskazany element został opisany: radiostacje ogólnopolskie ale nie wskazano natomiast czasu trwania kampanii w radio.

Czy zamawiający wyjaśni nieścisłość?

Czy działanie będzie realizowane?

Czy Zamawiający dokona opisu tego działania?

Odpowiedź 5

Czas trwania kampanii radiowej pokrywa się z czasem trwania kampanii w telewizji, powinien spełniać te same warunki (4 tygodnie, stacje ogólnopolskie, prime time).

Zamawiający w załączeniu przekazuje zaktualizowaną wersję formularza oferty – załącznika nr 1 do SIWZ. Wycena tego elementu kampanii powinna zostać ujęta w poz. 3 tabeli zawartej w pkt 4 tego formularza.

Pytanie 6

Czy wskazywane przez Zamawiającego w pkt XIV poz 5 SIWZ liczby UU dotyczą zasięgu kampanii? Czy wejść na www kampanii?"

Odpowiedź 6

Liczby UU dotyczą zasięgu kampanii (zgodnie z pkt XIV SIWZ, poz. 5 – dotyczy to płatnej reklamy na YT, FB oraz Adwords (sumarycznie)).

Pytanie 7

Czy kampania dla TVP spełnia wymagania kampanii dla instytucji rządowej non-profit ?

Odpowiedź 7

Zamawiający poniżej dokonuje modyfikacji treści pkt V.1.3.1 SIWZ.

Pytanie 8

Zwracam się z uprzejmą prośbą o przekazanie wersji edytowalnej (np. *.doc) dokumentu SIWZ wraz w szczególności z OPZ.

Odpowiedź 8

Zamawiający zamieści na Platformie Zakupowej pierwotną treść SIWZ w pliku MS Word.

II. W związku z udzielonymi wyjaśnieniami Zamawiający dokonuje następujących modyfikacji treści SIWZ:

- 1) zmianie ulega treść pkt V.1.3.1 SIWZ. Dotychczasowa treść zostaje zastąpiona przez następującą:

*„ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie - co najmniej trzech usług, których przedmiotem było przygotowanie i przeprowadzenie kampanii reklamowych i/lub społecznych o zasięgu ogólnokrajowym i wartości nie mniejszej niż 1 000 000 zł brutto każda, w tym min. jednej kampanii społecznej dla organizacji non-profit przez co będą rozumiane organizacje pozarządowe, instytucje samorządowe lub rządowe, **a także spółki Skarbu Państwa i spółki komunalne.***

Te usługi musiały obejmować w szczególności działania w mediach tradycyjnych (minimum telewizja, outdoor) oraz w Internecie i z wykorzystaniem mediów społecznościowych, przy czym przynajmniej jedna z usług obejmowała wszystkie takie działania.

W ramach tych usług musiały zawierać się ponadto:

- *współpraca z minimum 1 domem mediowym przy zakupie mediów (w szczególności: telewizja, radio, outdoor, internet, social media) na potrzeby realizacji kampanii;*
- *współpraca z min. 1 producentem telewizyjnych spotów reklamowych na potrzeby realizacji kampanii.”;*

- 2) zmianie ulega treść załącznika nr 1 – Formularz oferty. Aktualna treść stanowi załącznik do niniejszych wyjaśnień.

III. Zamawiający informuje, że w związku z udzielonymi wyjaśnieniami zmianie ulega dotychczasowy termin składania ofert w postępowaniu. Aktualny termin zostaje ustalony **do dnia 27.05.2019 r., godz. 12:00**. Otwarcie ofert odbędzie się tego dnia o godz. 12:30.

Niniejsze wyjaśnienia stają się integralną częścią Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.

Zamawiający prosi o potwierdzenie otrzymania niniejszej wiadomości.



Dariusz Jaworski
Dyrektor Instytutu Książki

(pieczęć Wykonawcy/Wykonawców)

Oferta na:

na: usługę przygotowania i przeprowadzenia kompleksowej kampanii promującej czytelnictwo w Polsce wśród najmłodszych

Postępowanie 261-08/19

1. Zamawiający:

Instytut Książki

ul. Zygmunta Wróblewskiego 6

31-148 Kraków

2. Wykonawca/Wykonawcy*:

Nazwa Wykonawcy:

Adres Wykonawcy:

3. W przypadku wyboru naszej oferty zobowiązujemy się do zawarcia umowy zgodnej z niniejszą ofertą, na warunkach określonych w SIWZ, w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.

4. OFERUJEMY wykonanie przedmiotu zamówienia za cenę _____ złotych brutto, w tym _____ netto oraz należny podatek VAT, zgodnie z poniższym kosztorysem:

Lp.	Przedmiot	Cena brutto (zł)
1	Przygotowanie koncepcji strategicznej i kreatywnej oraz planu mediów (nie więcej niż 10% wartości łącznej)	
2	Przygotowanie materiałów reklamowych (spot, reklama radiowa, virale, identyfikacja wizualna, plakaty i grafiki, teksty na stronę www kampanii) (nie więcej niż 20% wartości łącznej)	
3	Czas antenowy (reklama telewizyjna i radiowa) (nie mniej niż 20% wartości łącznej)	
4	Outdoor (nie więcej niż 15% wartości łącznej)	
5	Internet i media społecznościowe (www, kanały, reklama, guerilla marketing i marketing wirusowy) (nie więcej niż 20% wartości łącznej)	
6	Eventy (nie mniej niż 5% wartości łącznej)	
7	Działania PR (nie więcej niż 5 % wartości łącznej)	

ŁĄCZNIE ZŁOTYCH BRUTTO:	
-------------------------	--

5. OŚWIADCZAMY, że oferujemy przeprowadzenie kampanii z zapewnieniem w telewizji ilości punktów GRP wynoszącej _____ (zgodnie z wymaganiami pkt XIV.1 SIWZ, pozycja 3)¹.
6. OŚWIADCZAMY, że oferujemy przeprowadzenie kampanii z zapewnieniem w telewizji wartości procentowej zasięgu 3+ wynoszącej _____ % (zgodnie z wymaganiami pkt XIV.1 SIWZ, pozycja 4)².
7. OŚWIADCZAMY, że oferujemy przeprowadzenie kampanii z zapewnieniem w internecie ilości _____ unikalnych użytkowników (zgodnie z wymaganiami pkt XIV.1 SIWZ, pozycja 5)³.
8. OŚWIADCZAMY, że oferujemy zapewnienie w wymaganych miastach po _____ nośników reklamy outdoor (w tym _____ nośników digital out of home) (zgodnie z wymaganiami pkt XIV.1 SIWZ, pozycja 6)⁴.
9. W zakresie zatrudnienia przy realizacji zamówienia osób niepełnosprawnych:
 - 1) Deklaruję(emy) zatrudnienie przy realizacji zamówienia co najmniej dwóch osób niepełnosprawnych (zgodnie z wymaganiami pkt XIV.1 SIWZ, pozycja 7);
 - 2) Deklaruję(emy) zatrudnienie przy realizacji zamówienia co najmniej jednej osoby niepełnosprawnej (zgodnie z wymaganiami pkt XIV.1 SIWZ, pozycja 7);
 - 3) Nie deklaruje(emy) zatrudnienia przy realizacji zamówienia osób niepełnosprawnych (zgodnie z wymaganiami pkt XIV.1 SIWZ, pozycja 7)⁵.
10. JESTEŚMY związani niniejszą ofertą przez czas wskazany w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.
11. ZAMÓWIENIE ZREALIZUJEMY sami*/przy udziale podwykonawców w następującym zakresie*:

_____ (nazwa wykonawcy oraz zakres powierzonych prac)

12. OŚWIADCZAMY, że wypełniliśmy obowiązki informacyjne przewidziane w art. 13 lub art. 14 RODO⁶) wobec osób fizycznych, od których dane osobowe bezpośrednio lub pośrednio pozyskałem w celu ubiegania się o udzielenie zamówienia publicznego w niniejszym postępowaniu.⁷
13. JESTEŚMY/NIE JESTEŚMY przedsiębiorcą z sektora małych i średnich przedsiębiorstw w

¹ W razie pozostawienia tego punktu niewypełnionego Zamawiający przyjmie, że Wykonawca zaoferował minimalną wymaganą ilość 400 punktów GRP.

² W razie pozostawienia tego punktu niewypełnionego Zamawiający przyjmie, że Wykonawca zaoferował minimalną wymaganą wartość procentową zasięgu 3+ tj. 50%.

³ W razie pozostawienia tego punktu niewypełnionego Zamawiający przyjmie, że Wykonawca zaoferował minimalną wymaganą liczbę unikalnych użytkowników wynoszącą 2.000.000.

⁴ W razie pozostawienia tego punktu niewypełnionego Zamawiający przyjmie, że Wykonawca zaoferował minimalną wymaganą ilość po 30 nośników (w tym minimum 3 nośników digital out of home) w każdym z wymaganych miast w każdym miesiącu prowadzenia kampanii.

⁵ Niewłaściwe skreślić. W razie pozostawienia tego punktu bez skreślenia niewłaściwych opcji Zamawiający przyjmie, że Wykonawca nie zadeklarował zatrudnienia osób niepełnosprawnych. W razie pozostawienia nieskreślonych dwóch lub trzech z opcji, Zamawiając przyjmie, że Wykonawca ujął w ofercie opcję, za którą zgodnie z pkt XIV SIWZ przyznawana jest najniższa liczba punktów.

⁶ rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1).

⁷ W przypadku gdy wykonawca nie przekazuje danych osobowych innych niż bezpośrednio jego dotyczących lub zachodzi wyłączenie stosowania obowiązku informacyjnego, stosownie do art. 13 ust. 4 lub art. 14 ust. 5 RODO treści oświadczenia wykonawca nie składa (usunięcie treści oświadczenia np. przez jego wykreślenie).

rozumieniu ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej.*

14. WSZELKĄ KORESPONDENCJĘ w sprawie niniejszego postępowania należy kierować na poniższy adres:

Nazwa firmy: _____

Adres: _____

Telefon _____, email : _____

15. OFERTĘ niniejszą składamy na _____ stronach.

_____ dnia _____ 20__ roku

(podpis Wykonawcy/Wykonawców)

* - niewłaściwe skreślić