

znak sprawy: OR-IV.272.2.8.2018

Rzeszów, 2018-04-06

**Uczestnicy postępowania  
o udzielenie zamówienia  
publicznego**

**WYJAŚNIENIE DO  
SPECYFIKACJI ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA**

dotyczy postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pn: „**Przygotowanie i realizacja kampanii promocyjno-informacyjnej poświęconej promocji gospodarczej województwa podkarpackiego**”.

Na podstawie art. 38 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2017 r. poz. 1579 z późn. zm.) Województwo Podkarpackie w Rzeszowie jako Zamawiający informuje, iż złożone zostało pisemne zapytanie do treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia dot. ww. postępowania o udzielenie zamówienia publicznego.

**Zamawiający przekazuje do publicznej wiadomości treść zapytania wraz z wyjaśnieniami Zamawiającego, które stanowią integralną część SIWZ**

**Pytanie:**

W VI pkt. 10/8.2 Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia Zamawiający określa, że do oferty należy m.in. złożyć koncepcję kampanii reklamowej w rozgłoszeniach radiowych, uwzględniającą dwa spoty radiowe reklamowe oraz dwie audycje radiowe (scenariusze) w formie opisu. Czy Zamawiający ma jakieś konkretne wymagania odnośnie scenariusza audycji radiowych?

**Odpowiedź:**

Formuła audycji powinna zostać zaproponowana przez Oferenta i powinna wynikać z koncepcji, którą przygotuje Oferent. Istnieje również możliwość zrealizowania audycji z jednego z trzech kluczowych wydarzeń promocyjnych wskazanych w SOPZ.

**Pytanie:**

W VI pkt. 10/8.3 Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia Zamawiający określa, że do oferty należy złożyć m.in. koncepcję charakterystycznych elementów graficznych kampanii (np. fotografii) w liczbie nie mniejszej niż 20 szt. w podziale pomiędzy inteligentne specjalizacje (po 4 sztuki na każdą z czterech specjalizacji) oraz inne kluczowe zasoby i aktywności (4 sztuki) – w formie szczegółowego opisu (prezentacja PPT lub opis w MS Word z wizualizacją) oraz charakterystyki postaci/motywów/kontekstów jakie będą one zawierać. Dopuszczalne jest użycie w koncepcji przykładowych fotografii „stockowych” w celu wizualizacji opisanych elementów. Czy możemy prosić o doprecyzowanie tego zapisu? Czy Zamawiający na poziomie oferty chciałby otrzymać: a) jedynie przykładowe „stockowe” zdjęcia określające docelowy kierunek w podziale na powyższe kryteria; b) przykładowe „stockowe” zdjęcia, ale wraz z opisem docelowych konkretnych produktów, lokalizacji, obiektów, czy c) propozycje key visuali z przykładowymi, „stockowymi” zdjęciami, ale w formatach reklamowych kampanii (np. billboardy, reklama prasowa)?

**Odpowiedź:**

Zamawiający na poziomie oferty chciałby otrzymać przykładowe „stockowe” zdjęcia, ale wraz z opisem docelowych konkretnych produktów, lokalizacji, obiektów oraz prezentacją ich kreatywnego połączenia.

**Pytanie:**

W nawiązaniu do pkt. V.9 OPZ, zwracamy się z prośbą o udostępnienie aktualnego raport dotyczącego wizerunku województwa podkarpackiego.

**Odpowiedź:**

Zamawiający udostępni aktualny raport dotyczący wizerunku województwa podkarpackiego.