OR-IV.272.2.35.2020 Rzeszów, dnia 23.07.2020 r.

Do wykonawcy, który zwrócił się o wyjaśnienie treści SIWZ

Do zamieszczenia na stronie internetowej

WYJAŚNIENIA ZAMAWIAJĄCEGO DOTYCZĄCE TREŚCI SPECYFIKACJI ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA (SIWZ) 4

dotyczy: postępowania o udzielenia zamówienia publicznego pn. „Opracowanie koncepcji oraz przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej"

Na podstawie art. 38 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2019 r. poz. 1843 ze zm.) zwanej dalej „ustawą" zamawiający, w odpowiedzi na pytania jednego z wykonawców dotyczące treści SIWZ, udziela następujących wyjaśnień:

TREŚĆ ZAPYTAŃ WRAZ Z ODPOWIEDZIAMI/ WYJAŚNIENIAMI:

Pytania:

Pytanie 1
Strona 13 SIWZ pkt B1. 2)
W SOPZ brak jest elementu kampanii jakim są działania PR. Jakie są wytyczne do przygotowania opisu tego punktu koncepcji?

Pytanie 2
Strona 5 SOPZ pkt 7)
Zamawiający wskazuje, że przekaże identyfikacje wizualną po podpisaniu umowy jako niezbędną do wykonania całej kampanii. Jednocześnie wymagając na etapie oferty przygotowanie m.in. Key Visual oraz innych elementów graficznych, nie załącza identyfikacji jako elementu SIWZ.
Czy Zamawiający udostępni identyfikację wizualną jako załącznik do SIWZ?

Pytanie 3
Strona 3 SOPZ pkt 2
Czy przez „graficzną prezentację głównej idei kampanii" Zamawiający rozumie elementy koncepcji kreatywnej wskazane w lit b. oraz c.?

Pytanie 4
Strona 3 SOPZ pkt 2 lit d. ppkt I.
Do której z wymienionych przez Zamawiającego w SOPZ szczegółowych grup docelowych ma być skierowany artykuł?

Pytanie 5
Strona 4 SOPZ pkt IV lit e.
Czy wskazany tam Key Visual jest tym samym co wymagany przez Zamawiającego do złożenia na etapie oferty na stronie 3 SOPZ w pkt. 2 lit b.?

Pytanie 6
Strona 4 SOPZ pkt IV lit f.
Czy już na etapie oferty mamy przekazać Zamawiającemu pliki we wskazanych format jak i pliki otwarte? Czy też zapisy dotyczą etapu realizacyjnego po podpisaniu umowy?

Pytanie 7
Strona 4 SOPZ pkt IV lit g.
Czy na etapie oferty mamy przedstawić już wszystkie materiały użyte w kampanii? Czy mają to być Key Visual, hasło/slogan kampanii, logotyp kampanii, jeden scenariusz spotu radiowego, jeden scenariusz spotu telewizyjnego wraz z jednym scenorysem, jedna reklama typu display (banner internetowy)?

Pytanie 8
Strona 5 SOPZ (Czas trwania kampanii)
Z czego wynika podział kampanii na wskazane trzy etapy?
W jaki sposób należy odzwierciedlić wskazany podział na etapy w koncepcji kreatywnej oraz koncepcji strategicznej w odniesieniu do spotów na You Tube, spotów telewizyjnych oraz pozostałych działań określonych w SOPZ?

Pytanie 9
Strona 6 SOPZ pkt I
Ile scenariuszy spotów wraz ze scenorysami ma być przedstawionych w ofercie?
Czy ma to być jeden spot jak to określono na stronie 4 SIWZ pkt III czy trzy jak wskazuje SOPZ?

Pytanie 10
Strona 9 SOPZ pkt III
Ile scenariuszy spotów ma być przedstawionych w ofercie?
Czy ma to być jeden spot jak to określono na stronie 4 SIWZ pkt II czy dwa jak wskazuje SOPZ?

Odpowiedzi/ wyjaśnienia:

Ad 1. Wykonawca w swojej koncepcji sam zaproponuje działania PR, które będą podlegały ocenie przez Zamawiającego.

Ad 2. Zamawiający udostępnił Księgę marki Podkarpackie stanowiącą wytyczne i narzędzia do modernizacji i rozwoju systemu identyfikacji wizualnej, w formie załącznika nr 2 do SOPZ.

Ad 3. Zgodnie z zapisami SOPZ koncepcja kreatywna przedstawiona przez Wykonawcę musi zawierać elementy wskazane w pkt. 2 lit. a-d, w tym opisową, graficzną prezentację głównej idei kampanii.

Ad 4. Zgodnie z zapisami SOPZ oferta złożona przez Wykonawcę ma zawierać koncepcję strategiczną i koncepcję kreatywną, w której zawarte będą poszczególne działania mediowe skierowane do opisanych przez wykonawcę grup docelowych.

Ad 5. Do oferty Wykonawca dołączy Key Visual całej kampanii zgodnie z zaproponowaną koncepcją.

Ad 6. Zgodnie z zapisami SOPZ, stworzony w ramach koncepcji kreatywnej klucz graficzny ma zostać przekazany Zamawiającemu na etapie realizacji umowy, w celu wykorzystania w realizacji innych niezależnych działań.

Ad 7. Wykonawca na etapie składania oferty ma przedstawić Zamawiającemu koncepcję strategiczną oraz koncepcję kreatywną podlagającą ocenie, zgodnie z podanymi kryteriami.

Ad 8. Zamawiający podzielił według własnego uznania kampanię na trzy etapy do realizacji. Od wykonawcy i jego pomysłu zależy w jaki sposób koncepcja kreatywna i strategiczna będzie odzwierciedlała etapy kampanii.

Ad 9 i Ad 10. Zgodnie z zapisami SOPZ Wykonawca ma w swojej ofercie przedstawić jeden scenariusz spotu telewizyjnego wraz ze scenorysem (storyboard), który będzie podlegał ocenie Zamawiającego zgodnie z kryteriami oceny. Wykonawca składając całościową koncepcję kreatywną na całą kampanię zobowiązany jest do przedstawienia zarysu poszczególnych spotów (np. w formie opisowej), tak by pokazać całość kampanii realizowanej w dłuższym okresie czasu wskazanym w SOPZ.