

Mikołajki, dnia 11 / 06 / 2018 r.

Stowarzyszenie Wielkie Jeziora Mazurskie 2020

ul. Kolejowa 6

11-730 Mikołajki

/ Zamawiający /

Wykonawcy ubiegający się o udzielenie zamówienia

Dotyczy postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na usługę Przygotowania i przeprowadzenia działań informacyjno-promocyjnych (kampanii informacyjno-promocyjnej) realizowanych w ramach projektu pn.: 7 Cudów Mazur-promocja gospodarcza obszaru Wielkich Jezior Mazurskich. Numer referencyjny: WJM.271.12.2018, Numer ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej: 2018/S 091-206985 z dnia 15.05.2018r.

W związku z faktem, iż w przedmiotowym postępowaniu wpłynęły kolejne pytania od Wykonawców w odniesieniu do treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia (SIWZ), po ustawowym terminie na składanie zapytań do SIWZ, Zamawiający, działając na podstawie art. 38 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2017 r., poz. 1579 z późn. zm.), zwanej dalej „ustawą Pzp”, przytacza treść pytań i udziela odpowiedzi.

1) Pytanie:

W związku ze zmianą (odpowiedzi z dn. 06.06.2018) okresu kampanii w kolejnych etapach Projektu np. w III etapie z pierwotnie dwóch (I i II kwartał 2019), do jednego - III kwartału 2019, poprosimy o informację, czy zamawiający dopuszcza rozliczenie osobokontaktów dla całej kampanii tj. 83 400 000 osobokontaktów, zamiast rozliczać jej poszczególne etapy?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że dopuszcza taki sposób rozliczenie ogólnopolskiej kampanii reklamowej.

2) Pytanie


W odpowiedziach z dnia 20 czerwca Zamawiający pisze, że reklama prasowa może być stosowana zamiennie z artykułem prasowym. W OPZ, strona 7, dział 1 dotyczący kampanii reklamowej Zamawiający pisze o publikacjach w prasie polskiej i zagranicznej w łącznej ilości 35 sztuk. Z kolei na stronie 19, dziale 2 dotyczącym działań PR jest mowa o 35 płatnych publikacjach, ale tym razem w formie wywiadów.

Czy w dziale 1 i 2 jest mowa o tych samych czy różnych publikacjach? Czy Wykonawca ma zamieścić 35 publikacji plus 35 wywiadów czyli łącznie 70?

W przypadku odpowiedzi twierdzącej proszę o informację czy nakład wywiadów określonych w działach PR również ma być podany w ofercie i czy będzie uwzględniony w kryteriach oceny ofert? To samo dotyczy spotkania w stacji TV, które jest częścią działań PR. Te z kolei nie są uwzględnione w kryteriach oceny.

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że są to różne publikacje, tj. łącznie 70 szt. Jednocześnie informuje, że zawartość oferty został podana w odpowiedzi z dnia 15.06.2018 r.


/- / Piotr Jakubowski – Przewodniczący Zarządu
Stowarzyszenia WJM 2020


Mikołajki, dnia 14 / 06 / 2018r.

/ - / Wojciech Karol Iwaszkiewicz – Sekretarz Zarządu
Stowarzyszenia WJM 2020

(data, podpis osób upoważnionych reprezentujących Zamawiającego)