

Wyjaśnienia treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia (SIWZ) z dnia 09.09.2020r.
w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego, którego przedmiotem jest przygotowanie
kreacji spotu telewizyjnego i radiowego oraz przygotowanie projektu graficznego plakatu reklamowego
na potrzeby kampanii społecznej BDG-5.2510.15.2020.AK

Pytanie 1

Pytanie do Rozdziału 3 SIWZ – TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA

Prosimy o doprecyzowanie co Zamawiający rozumie przez „wykonać część I i część II zamówienia”, czy np. wykonaniem zamówienia jest zakończenie planu zdjęciowego, czy dostarczenie plików do emisji stacji?

Odpowiedź

Zgodnie z treścią Rozdziału 3 SIWZ Wykonawca jest zobowiązany wykonać część I i część II zamówienia w terminie do 45 dni kalendarzowych od daty następującej po dniu zawarcia umowy.

Wykonawca w ramach kryteriów oceny ofert ma możliwość skrócenia terminu realizacji każdej części zamówienia.

Obowiązki Wykonawcy po podpisaniu umowy zostały szczegółowo opisane w Rozdziale IV SOPZ. Zamawiający określił w Rozdziale IV SOPZ w ppkt. 10, iż dzień zakończenia realizacji zamówienia rozumie się jako dzień podpisania protokołu odbioru z realizacji zamówienia.

Pytanie 2

Pytanie do pkt 4.1.4 Rozdziału 4 SIWZ – WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

Czy na spełnienie warunków w zakresie zdolności technicznej lub zawodowej Wykonawca może dysponować wykonaniem tych samych usług dla obu części zamówienia?

Odpowiedź

Aby spełnić warunki w zakresie zdolności technicznej lub zawodowej Wykonawca może wykazać się w każdej z części wykonaniem tych samych usług.

Pytanie 3

Pytania do Rozdziału 8A SIWZ – SKŁADANIE I OTWARCIE OFERT W FORMIE ELEKTRONICZNEJ

- a. Czy w przypadku kiedy Wykonawca będzie składać ofertę na obie części zamówienia w formie elektronicznej pliki należy przesać w dwóch paczkach odpowiednio nazwane ale za jednym transferem (wysyłką) przez miniPortal, czy powinny to być 2 odrębne transfery z miniPortalu?
- b. Wysyłka oferty za pośrednictwem miniPortalu odbywa się poprzez uwierzytelnienie ePUAP konkretnej osoby. Czy wymagane jest aby osoba wysyłająca ofertę w ten sposób również była upoważnioną do reprezentacji zgodnie z KRS lub posiadała stosowne pełnomocnictwo, czy transfer oferty może wykonać pracownik firmy (tzw. osoba wyznaczona do kontaktów), przy czym oferta zgodnie z wymogami SIWZ będzie opatrzona w elektroniczne podpisy osoby upoważnionej na wszelkich wymaganych dokumentach?

Odpowiedź

Ad. a

Decyzja o tym, czy składając ofertę na obie części zamówienia w formie elektronicznej wykonawca prześle je przez miniPortal w dwóch paczkach odpowiednio nazwanych jednym transferem (wysyłką), czy też dwoma odrębnymi transferami należy do Wykonawcy. Należy jednak pamiętać o tym, że maksymalny rozmiar plików przesyłanych za pośrednictwem dedykowanych formularzy do: złożenia, zmiany, wycofania oferty lub wniosku oraz do komunikacji wynosi 150 MB.

Wymagania techniczne i organizacyjne wysyłania i odbierania dokumentów elektronicznych, elektronicznych kopii dokumentów i oświadczeń oraz informacji przekazywanych przy ich użyciu opisane zostały w Regulaminie korzystania z miniPortalu dostępnym pod adresem: <https://miniportal.uzp.gov.pl/WarunkiUslugi.aspx> oraz Regulaminie ePUAP dostępnym pod adresem <http://epuap.gov.pl/wps/portal/strefa-klienta/regulamin>.

Ad. b

Jeśli oferta została opatrzona podpisem osoby upoważnionej do reprezentowania wykonawcy, zgodnie z zasadami określonymi w pkt 5.13 i 5.14 SIWZ, to nie ma obowiązku, aby osoba wysyłająca ją przez ePUAP była upoważniona do reprezentacji wykonawcy zgodnie z KRS lub posiadała stosowne pełnomocnictwo w tym zakresie.

Jednocześnie wyjaśniam, że oferta składana w formie elektronicznej **pod rygorem nieważności** musi być opatrzona **kwalifikowanym podpisem elektronicznym**, co oznacza, że nie może być podpisana podpisem elektronicznym złożonym z wykorzystaniem profilu zaufanego ePUAP.

Kwalifikowane podpisy elektroniczne wystawiane są przez dostawców kwalifikowanej usługi zaufania będących podmiotami świadczącymi usługi certyfikacyjne. Składając ofertę niezbędny jest bowiem podpis elektroniczny spełniający wymogi bezpieczeństwa określone w ustawie z 5 września 2016 r. o usługach zaufania oraz identyfikacji elektronicznej (t. j. Dz.U. z 2020 r. poz. 1173). W Polsce podmiotami świadczącymi usługi certyfikacyjne są podmioty wpisane do rejestru prowadzonego przez Narodowe Centrum Certyfikacji, który znajduje się na stronie internetowej tego Centrum (www.nccert.pl).

Pytanie 4

Pytanie do pkt IV ppkt 2 SOPZ (1a i 1b) – dot. treści scenariuszy

Zamawiający wskazuje, że treść spotu radiowego powinna być odpowiednikiem scenariusza telewizyjnego. Co Zamawiający przez to rozumie, czy treść ma być tożsama 1:1, czy ma nawiązywać do spotu tv ale możliwa jest jego modyfikacja mająca na celu dostosowanie do radia?

Odpowiedź

Treść spotu radiowego powinna być odpowiednikiem spotu telewizyjnego, tzn. treść obu spotów powinna być tożsama 1:1, jednak ze względu na specyfikę emisji w radiu powinna być odpowiednio dostosowana lektorsko i technicznie pod względem emisji w radiu.

Pytanie 5

Pytanie do pkt IV ppkt 9 - dot. obowiązku Wykonawcy polegającego na transferze plików emisyjnych na FTP-y stacji telewizyjnych i radiowych

Czy Zamawiający może określić w jakich stacjach, grupach planuje emisję spotów w telewizji i radiu? Czy ponadto Zamawiający planuje jeszcze gdzieś emisję np. kina?
Odpowiedź pozwoli zdecydowanie trafniej określić wartość tego działania w kosztorysie niż założenie braku ograniczeń.

Odpowiedź

Przedmiotem zamówienia jest produkcja spotu telewizyjnego i radiowego dla poszczególnych części zamówienia, a nie zakup czasu antenowego w stacjach telewizyjnych i radiowych. Na tym etapie zamówienia Zamawiający nie określa w jakich stacjach, grupach planuje emisję spotów w telewizji i radiu.

Zamawiający nie planuje w ramach niniejszego zamówienia emisji kampanii na innych nośnikach poza radiem i telewizją.

Zasady postępowania w przypadku braku znajomości specyfikacji technicznych plików emisji oraz wiedzy o właściwych adresatach, do których przekazane zostaną pliki emisyjne reguluje pkt. IV podpunkt 10 SOPZ.

Pytanie 6

Czy Zamawiający określił szacowany budżet na realizację przedmiotu zamówienia, jeśli tak prosimy o podanie wartości dla obu części zamówienia.

Odpowiedź

Szacowana wartość zamawiania na przygotowanie kreacji spotu telewizyjnego i radiowego oraz przygotowanie projektu graficznego plakatu reklamowego na potrzeby kampanii społecznej wynosi łącznie 461 600 PLN netto, przy czym:

- szacunkowa wartość części I wynosi 230 800 PLN netto,
- szacunkowa wartość części II wynosi 230 800 PLN netto.

Pytanie 7

Na ile oba nurty kampanii (skierowane do kierowców i do pieszych) powinny być spójne? Czy wystarczy tu np. podobna konstrukcja hasła czy stylistyka wizualna, a może powinny to być dwie niezależne kampanie, które spaja logo nadawcy i tematyka?

Odpowiedź

W opisie przedmiotu zamówienia nie zostały określone wymagania odnośnie spójności obu kampanii, podobnej konstrukcji hasła i stylistyki wizualnej.

Opis wstępnej koncepcji kreatywnej spotów (telewizyjnego oraz radiowego) musi być zgodny z wymaganiami Zamawiającego określonymi w Załączniku Nr 1a i/lub 1b do SIWZ (w zależności od części na którą składana jest oferta), w szczególności z pkt V SOPZ.

Pytanie 8

Czy z Państwa doświadczeń wynika, że jakichś elementów/nawiązań/scen nie powinno być w spotach, ponieważ nie są dobrze przyjmowane przez grupę docelową?

Odpowiedź

Zamawiający nie określił w opisie przedmiotu zamówienia dla obu części ograniczeń odnośnie jakichś elementów, nawiązań czy scen, które nie powinny być zamieszczone w spotach telewizyjnych i radiowych jako źle przyjmowane przez grupę docelową.

Pytanie 9

Czy proponowane spoty tv i radiowe powinny mieć 30", 45", czy zależy to od naszej rekomendacji lub zakupionych mediów?

Odpowiedź

Wykonawca przedstawiając wstępną koncepcję kreatywną spotu telewizyjnego i radiowego dla każdej z części, sam określa długość tych spotów z zachowaniem wymagań granicznych określonych przez Zamawiającego tj. od 30 do 45 sekund.

Pytanie 10

Czy mogą Państwo podać referencje spotów z kategorii lub spoza niej, które uważacie za ciekawe, inspirujące, bądź trafne w kontekście prac nad kampanią z briefu?

Odpowiedź

Zamawiający nie proponuje spotów z kategorii lub spoza niej, które uważałby za ciekawe, inspirujące, bądź trafne w kontekście prac Wykonawcy nad kampanią. Zamawiający określił w Rozdziale V ppkt. 4 SOPZ (odpowiednio do każdej z części) wymagania dotyczące kreacji spotu telewizyjnego i odpowiadającego mu spotu radiowego. Zgodnie z punktem 12.3. SIWZ „Wstępna koncepcja kreatywna spotów” jest kryterium oceny ofert i w ramach oceny ofert będzie oceniana.

Pytanie 11

Czy dobrze rozumiemy, że w ramach oferty przetargowej na każdą z części powinien być złożony scenariusz spotu radiowego oraz telewizyjnego? Czy to oznacza, że na etapie składania ofert Wykonawca nie składa propozycji plakatu reklamowego ani żadnych innych elementów?

Odpowiedź

Wykonawca na etapie składania ofert przedstawia opis wstępnej koncepcji kreatywnej spotów (telewizyjnego oraz radiowego) w formie ilustrowanego scenariusza (storyboardu) z opisem i voice over (w zależności od części na którą składana jest oferta). Szczegółowe wymagania odnośnie składanej oferty i jej zawartości (odpowiednio dla każdej z części) zostały określone przez Zamawiającego w punkcie 7.11. SIWZ.

W ramach składanej oferty Wykonawca nie przedstawia propozycji plakatu reklamowego ani żadnych innych elementów. Elementy te będą realizowane po podpisaniu umowy.