

**Wyjaśnienia treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia
z dnia 18 lipca 2017 r.**

Pytanie nr 1: W IPU, stanowiących załącznik nr 2 do SIWZ, w § 4 ust. 6 (dotyczącym realizacji kampanii w radio, TV i Internecie) znajduje się odwołanie do pkt. II 5 SOPZ (dotyczącego obsługi hostess i techniczne). Prawidłowym odwołaniem wydaje się **pkt. II 8 SOPZ** gdyż to w nim jest mowa o parametrach mediowych. Prosimy o potwierdzenie takiej interpretacji

Odpowiedź: Zamawiający potwierdza, że wskazane w § 4 ust. 6 IPU odwołanie do pkt II.5 w SOPZ **jest nieprawidłowe.**

Biorąc pod uwagę powyższe, Zamawiający dokonuje zmiany § 4 ust. 6 IPU, który otrzymuje brzmienie:

„Przy ocenie wadliwości realizacji kampanii w Internecie, TV i radio Zamawiający będzie brał pod uwagę realizację wskaźników mediowych zaoferowanych w ofercie Wykonawcy oraz przestrzeganie parametrów opisanych w pkt II.8 SOPZ”.

Pytanie nr 2: W SOPZ – punkt II, podpunkt 2. określa przygotowanie i produkcję 2óch wersji kreacji spotu TV. Czy chodzi o to, aby przygotować 2 warianty jednego spotu, różniące się na przykład tylko aktorami i lokalizacjami? Rozumiemy, że chcieliby Państwo pokazać realizacje w różnych wariantach? Jeżeli rozumiemy Państwo punkt w inny sposób, to prosimy o uściślenie wymagań

Odpowiedź:

Zamawiający wymaga, aby Wykonawca przygotował 2 kreacje w ramach jednej linii. Oznacza to, że Wykonawca przygotowuje 2 wersje spotu, które będą różniły się między sobą np. lokalizacjami, aktorami, scenami, nadal pozostając spójnymi ze sobą.

Pytanie nr 3: W nawiązaniu do punktu I, podpunkt 4g, w SOPZ, nie określono czy wartość obradowanego upominku jest w kwocie netto czy brutto. Prosimy o doprecyzowanie.

Odpowiedź: Zamawiający rozumie wartość upominku jako kwotę brutto.

Pytanie nr 4: Jak rozumiemy, event zamykający ma się odbyć do 15 października 2017, zatem może to być także 14.10.2017?

Odpowiedź: Data eventu zostanie określona po podpisaniu umowy.

Pytanie nr 5: Odnośnie punktu 4f z SOPZ, określone przez Państwa menu nie zawiera alkoholu, czy powinno się założyć jakiś budżet również na takie napoje?

Odpowiedź: Wymagania Zamawiającego dotyczące rodzaju i ilości napojów zostały określone w pkt 4.f. SOPZ

Pytanie nr 6: Prosimy o wskazanie listy inwestycji, które chcieliby Państwo promować w tej kampanii. Pomoże nam to przygotować szczegółową wycenę produkcji spotu i sesji fotograficznej do folderu.

Odpowiedź: Listy proponowanych projektów zostały przekazane drogą mailową. Są to projekty sugerowane do wykorzystania przy tworzeniu kreacji. Wykonawca może jednak zaproponować inne projekty realizowane w ramach II edycji Funduszy norweskich i EOG w Polsce.

Pytanie nr 7: W otrzymanym SOPZ głównym celem komunikacyjnym jest przedstawienie efektów wdrażania Funduszy Norweskich i EOG w Polsce na przykładzie wybranych obszarów wsparcia. Na stronie internetowej funduszy nie ma aktualnych, z perspektywy 2009-2014, zrealizowanych projektów. Planując komunikację do TV czy wybierając tematy do Ambientów, jest nam niezbędna lista reprezentatywnych, preferowanych przez Państwa, zrealizowanych projektów dla wybranych obszarów wsparcia.

Prosimy o jak najszybsze przekazanie listy projektów do wykorzystania w komunikacji kampanii.

Odpowiedź: Patrz odpowiedź na pytanie nr 6.

Pytanie nr 8: Czy Zamawiający przewiduje dokonanie aktualizacji strony internetowej poświęconej EOG w zakresie listy projektów zrealizowanych w ramach Funduszy Norweskich i EOG? Jeśli tak, to kiedy?

Odpowiedź: Patrz odpowiedź na pytanie nr 6.

Pytanie nr 9: Czy prowadzona kampania medialna ma odsyłać do istniejącej strony dedykowanej Funduszom Norweskim i EOG?

Odpowiedź: Tak, jest to jedyna oficjalna strona Funduszy w Polsce.

Pytanie nr 10: Czy Zamawiający dysponuje nowym logotypem do wykorzystania w planowanej kampanii promującej efekty wdrażania programów Funduszy Norweskich i EOG? Prosimy o przekazanie obowiązujących, aktualnych zestawów logotypów do wykorzystania w kreacji kampanii.

Odpowiedź: Zestawy logotypów zostały przesłane drogą mailową razem z listą proponowanych projektów.

Pytanie nr 11: Do eventu podsumowującego prosimy o doprecyzowanie następujących kwestii:

11.a) Prosimy o doprecyzowanie sformułowania „ciekawej prezentacji multimedialnej” - czy prezentacja ta ma prezentować konkretne projekty? Czy działanie i zaangażowanie Zamawiającego we wdrażaniu Funduszy?

Odpowiedź: Prezentacja ma podsumować cały okres wdrażania II edycji Funduszy w Polsce. Musi ona zawierać dane, zaprezentowane w ciekawy i kreatywny sposób tak, aby była zrozumiała i angażująca.

11.b) Co ma prezentować 10-15 minutowy film? Rozumiemy, że nie może to być powtórzenie efektów pokazanych w prezentacji multimedialnej?

Odpowiedź: Film ma być ilustracją efektów wdrażania, może on zawierać przykłady realizacji konkretnych projektów, wypowiedzi osób zaangażowanych, komentarze itp.

11.c) Czy wykonawca może zaprezentować inną formę prezentacji efektów w czasie eventu (zamiast prezentacji multimedialnej i filmu)?

Odpowiedź: Przygotowanie prezentacji multimedialnej oraz filmu jest obligatoryjne.

11.d) W trakcie eventu ma odbyć się briefing prasowy i obiad - czy wykonawca ma zaplanować osobne pomieszczenie na ten briefing? Jeśli tak, to dla jakiej ilości osób?

Odpowiedź: Briefing może odbyć się w osobnym pomieszczeniu lub w specjalnie wydzielonej do tego celu części sali. Zamawiającemu zależy na obecności jak największej liczby przedstawicieli prasy, jednak to Wykonawca odpowiada za prowadzenie Biura Prasowego oraz za organizację briefingu.

11.e) Czy obiad jest rozumiany jako wskazany w dalszym punkcie SOPZ menu typu finger food, czy też ma być to osobne wydarzenie dla innej grupy osób? Jeśli tak, to dla jakiej ilości mamy wycenić obiad?

Odpowiedź: Przewidywana grupa uczestników podczas całego eventu będzie niezmienna. Zgodnie z pkt I.4.f SOPZ „Wykonawca uzgodni z Zamawiającym i zapewni jedzenie typu finger food w **trybie ciągłym** (co najmniej 5 typów potraw) oraz **obiad (jednorazowo)** w wersji bufetowej (...)”

Pytanie nr 12: Prosimy o doprecyzowanie w kwestii organizacji Ambientów:

12.a) Jaki mają mieć charakter? Czy mają to być kilkugodzinne wydarzenia czy całonocne akcje? Czy powinny trwać dłużej niż 1 dzień?

Odpowiedź: Akcje ambientowe mają polegać na interakcji z otoczeniem i mają trwać nie dłużej niż 1 dzień.

12.b) Czy Ambienty mają prezentować projekty z danego regionu, czy działania funduszy bardziej w formie ogólnej?

Odpowiedź: Akcje ambientowe muszą nawiązywać do lokalnie realizowanych projektów w ramach Funduszy norweskich i EOG.

12.c) Czy w czasie Ambientów mamy zakładać udział beneficjentów? Czy po stronie wykonawcy jest także research instytucji do zaproszenia, czy wstępną listę otrzymamy od Zamawiającego?

Odpowiedź: Akcje ambientowe mają przede wszystkim angażować przypadkowych uczestników, przechodniów. Ich celem jest dotarcie z informacją o Funduszach do osób niezaangażowanych w ich wdrażanie.

12.d) Poprosimy o listę rekomendowanych projektów z perspektywy 2009-2014.

Odpowiedź: Patrz odpowiedź na pytanie nr 6.

Pytanie nr 13: Do raportu podsumowującego wymagana jest wersja raportu drukowana (folder ok. 20 stron) i jego rozszerzona wersja elektroniczna. Prosimy o doprecyzowanie:

13.a) Jaka jest przewidywana minimalna liczba zrealizowanych projektów do pokazania w wersji drukowanej – folderze?

Odpowiedź: Raport ma obejmować wszystkie programy realizowane w ramach II edycji Funduszy.

13.b) Jak należy rozumieć rozszerzoną wersję elektroniczną – czy jest ten sam zakres ilości projektów co w wersji drukowanej, tylko opisy projektów i ilość zdjęć ma być większa? Czy w wersji elektronicznej rozszerzonej ma być przedstawiona większa liczba projektów – jeśli tak, to jak jest wymagana minimalna liczba projektów?

Odpowiedź: W wersji rozszerzonej mają pojawić się m.in. opisy programów oraz przykładowe projekty.

13.c) Jak należy rozumieć wymóg możliwości wypięcia fotografii z pojedynczego egzemplarza wersji drukowanej – dla każdego projektu przynajmniej 1 zdjęcie ma być z możliwością wyjęcia/oddzielenia od raportu? Jeśli tak, to mają one stanowić dodatkowy moduł poza formatem głównym z treściami merytorycznymi, żeby po wyjęciu zdjęć nie naruszyć stron w opisie projektów i innymi elementami graficznymi? Czy dopuszcza się wyjęcie zdjęcia ze strony opisującej projekt i powstanie w kartce „dziury” po nim (czyli też wyrwanie fragmentu treści znajdujących się na odwrocie zdjęcia)? W zależności od wymagań Zamawiającego folder może przyjąć zupełnie inną objętość i format, co przekłada się na koszty produkcji i koszty prac projektowych, zatem prosimy o doprecyzowanie powyższej kwestii.

Odpowiedź: Dopuszcza się możliwość wypięcia fotografii zawierającej opis merytoryczny.

Pytanie nr 14:

Jednocześnie wnioskujemy o przesunięcie terminu składania ofert przynajmniej o 4 dni robocze, to znaczy do 03.08.2017.

Odpowiedź: Zamawiający nie wyraża zgody na przesunięcie terminu składania ofert.

Powyższe wyjaśnienie stanowi integralną część SIWZ.