

WYJAŚNIENIA DO ZAPYTANIA OFERTOWEGO NR 2/2013/Innowacyjny

1.

Treść pytania:

W § 9 ust. 5 Zapytania ofertowego Zamawiający wymienia dokumenty merytoryczne, które Wykonawca musi dołączyć do oferty. W przywołanym ustępie Zamawiający wskazuje między innymi „dokument zawierający streszczenie artykułu sponsorowanego”. Następnie Zamawiający w § 12 ust. 1 Zapytania ofertowego opisuje kryteria, którymi będzie się kierował przy wyborze oferty. W niniejszym ustępie szczegółowo opisane zostało kryterium Jakość, w objaśnieniach którego pojawia się zapis „do 20 punktów za scenariusz dodatkowych działań promocyjnych w nowych mediach”, o którym nie ma mowy w pozostałych zapisach Zapytania ofertowego. Natomiast dokument, którego Zamawiający wymaga o nazwie „dokument zawierający streszczenie artykułu sponsorowanego” nie został wymieniony w zapisach Kryterium 2 Jakość.

W związku z powyższym zwracamy się z uprzejmą prośbą do Zamawiającego o rozważenie zmiany zapisów § 9 ust. 5 Zapytania ofertowego poprzez zamianę zapisu pkt 2) o nazwie „dokument zawierający streszczenie artykułu sponsorowanego” na zapis „dokument zawierający scenariusz dodatkowych działań promocyjnych w nowych mediach”.

Odpowiedź:

Działania promocyjne w nowych mediach zostały opisane w §3 lit. B pkt 3 ppkt 5 i 6 na co wskazuje nazwa punktu 3.

Dokument o nazwie „dokument zawierający streszczenie artykułu sponsorowanego” został wymieniony w zapisach Kryterium 2 Jakość w dwóch miejscach:

1. Cyt.:” *W ramach Kryterium 2 – Jakość, poszczególnym ofertom będą przydzielane punkty za koncepcję realizacji przedmiotu zamówienia, w tym:*

- *za koncepcję graficznego motywu przewodniego (key visual)*
- *za koncepcję kreatywną reklam w prasie, telewizji i internecie oraz artykułów sponsorowanych,*
- *za koncepcję filmu instruktażowo-promocyjnego i spotu TV,*

2. cyt.:”...*do 40 punktów za koncepcję graficznego motywu przewodniego (key visual) wraz z adaptacjami (reklama prasowa, banner internetowy, artykuł sponsorowany, e-mailing)...*”

W celu ujednolicenia terminologii w tym zakresie Zamawiający informuje, że wszędzie gdzie w zapytaniu ofertowym pojawia się sformułowanie „artykuł sponsorowany” lub „internetowy artykuł sponsorowany” należy przez to rozumieć „reklamę w formie artykułu”.

2.

Treść pytania:

Zwracamy uwagę na niespójność zapisów Zapytania ofertowego określających czas trwania fazy przygotowawczej oraz fazy realizacyjnej opisanych w § 3 lit. B pkt 4 ppkt 2. oraz § 4 ust. 2.

Odpowiedź:

Okres trwania kampanii wymieniony w §3 lit. B pkt 4 ppkt 2 stanowi ramowy, nieprzekraczalny termin trwania kampanii. Proszę kierować się zapisami §4 zapytania ofertowego w odniesieniu do terminów realizacji zamówienia.

W związku z powyższymi wyjaśnieniami treść zapytania ofertowego pozostaje bez zmian z uwzględnieniem niniejszych informacji.