

MCPS.ZP/TP/351-11/2018/U

Warszawa, dnia 27 sierpnia 2018 r.

Wszyscy Wykonawcy

Zgodnie z art. 38 ust 3 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. 2017 r. poz. 1579 i 2018) Zamawiający informuje o treści udzielonych wyjaśnień dotyczących Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia dla postępowania na „przygotowanie i realizację kampanii społecznej o charakterze informacyjno-edukacyjnym przeprowadzonej na terenie województwa mazowieckiego”.

Pytanie nr 1

„Publikacje 5 artykułów w prasie regionalnej = tygodniki, dystrybuowane na terenie woj. Mazowieckiego. Wytypować co najmniej 5 tytułów, publikacja 1 x tydzień. Liczba publikacji = 5 artykułów x 5 tygodników. Liczba emisji w każdym tygodniku = 2. Czy to się zgadza?

- W jakim terminie artykuły powinny zostać opublikowane?
- Publikacja 1 x w tygodniu. Czy mają Państwo preferencje co do dnia tygodnia?
- Jaki format: artykuł+grafika=1/2 strony?
- Tygodniki nie muszą być w ZKDP?

Odpowiedź:

Zamawiający od wykonawcy oczekuje publikacji co najmniej 5 specjalistycznych artykułów w każdym z subregionów województwa mazowieckiego (ostrołęcki, płocki, siedlecki, radomski i okołowarszawski). Każdy z artykułów ma ukazać się 2-krotnie w każdym z tytułów. Publikacja artykułu ma nastąpić każdorazowo - raz w tygodniu (zarówno odnośnie do tygodnika jak i dziennika).

- Zamawiający prześle teksty wszystkich artykułów w terminie do 3 dni licząc od dnia podpisania umowy. Przekazanie nastąpi w formie elektronicznej. Wykonawca zobowiązany jest do rozpoczęcia publikacji artykułów w terminie do 14 dni licząc od daty otrzymania ich od Zamawiającego. Ostateczny termin wykonania zadania do dnia 30 listopada 2018 roku.
- Zamawiający nie określił dnia tygodnia publikacji artykułów.
- Zamawiający oczekuje każdorazowo dostępności co najmniej pół strony dla drukowanych tekstów oraz grafiki (full kolor).
- Tygodniki nie muszą być w ZKDP.

Pytanie nr 2

„Publikacja 5 artykułów w dziennikach (w ZKDP) w dodatku regionalnym przeznaczonym na terenie woj. Mazowieckiego lub w części ogólnej lub podstawowej.

- Co mają Państwo na myśli pisząc – w części ogólnej dziennika?
- Liczba publikacji = 5 artykułów x 2 dzienniki; Liczba emisji = 2. Publikacja 1 x w tygodniu. Czy mają Państwo preferencje co do dnia tygodnia?
- Jaki format: artykuł + grafika = 1/2 strony?

Odpowiedź:

- Część ogólna odnosi się do tego, iż artykuł nie musi być publikowany w formie dodatku regionalnego prasy ogólnokrajowej, ale może zostać opublikowany jako artykuł dziennika.

- Zamawiający nie określił dnia tygodnia publikacji artykułów.

- Zamawiający oczekuje każdorazowo dostępności co najmniej pół strony dla drukowanych tekstów oraz grafiki (full kolor).

Pytanie nr 3

„Ww. artykuły będą przygotowywane przez Państwa. Czy zadaniem agencji będzie skoordynowanie procesu publikacji, bez redakcji tekstów?”

Odpowiedź:

Autorem publikowanych tekstów będzie Zamawiający. Przed drukiem konieczna jest autoryzacja tekstów przez Zamawiającego. Zadaniem agencji będzie skoordynowanie procesu publikacji, bez redakcji tekstów.

Pytanie nr 4

„Jakie gł. kryterium uwzględnić przy selekcji tytułów - dane ZKDP tj. nakład?”

Odpowiedź:

Zamawiający nie określił głównych kryteriów przy selekcji tytułów.

Pytanie nr 5

„Budżet jakim dysponuje agencja na przygotowanie i realizację kampanii informacyjno-edukacyjnej na terenie województwa mazowieckiego wynosi = 288 095 PLN bez VAT. Czy to się zgadza?”

Odpowiedź:

288 095,00 złotych (bez podatku VAT) jest to szacunkowa wartość zamówienia. Zamawiający poda kwotę (brutto) jaką Centrum zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia w złotych (z VAT) w dniu otwarcia ofert.

Pytanie nr 6

„Wytypowany portal powinien mieć minimalną miesięczną liczbę odsłon w wysokości 1 mln. Ile portali łącznie chcą Państwo uwzględnić? Czy chodzi i publikację materiałów partnera czy artykułów sponsorowanych przygotowanych przez Państwa?”

Odpowiedź:

Zamawiający przyzna punkty ofercie, jeżeli Wykonawca zadeklaruje dodatkowe elementy wpływające na skuteczność kampanii. Jeżeli Wykonawca zaproponuje prowadzenie kampanii w oparciu o portale internetowe o minimalnej miesięcznej ilości odsłon w wysokości 1 mln. – otrzyma 10 pkt za każdy wskazany portal maksymalnie 20 pkt.

Pytanie nr 7

„Prosiłabym o doprecyzowanie nakładów:

Zadanie nr 3 – nakład pisma przewodniego = 10 000 szt. (taki sam nakład jak plakat)

Zadanie nr 4 – nakład pisma przewodniego do broszury = 10 000 szt. (taki sam nakład jak broszura).”

Odpowiedź:

- Zamawiający określił, iż na 5 lub 3 egzemplarze plakatu przypada 1 pismo przewodnie Zamawiającego.
- Zamawiający określił, iż na 30 egzemplarzy broszury przypada 1 pismo przewodnie Zamawiającego.

Pytanie nr 8

„Podsumowując pytania dot. kolportażu/druk proszę o podanie:

- ile jest placówek ośrodków pomocy, poradni psychologiczno-pedagogicznych czy ośrodków zdrowia
- podstawowej opieki zdrowotnej – gabinety lekarskie (czy wysyłka tylko do państwowych czy też do prywatnych)?
- Nakład plakatu jest podany, ale brak nakładu pisma przewodniego – jaką ilość wydrukować pisma przewodniego?
- Proszę o podanie liczby miejsc gdzie wysłać paczki.
- Czy pismo przewodnie ma być takie samo przy dystrybucji plakatu i broszur?
- Proszę o informację jaki nakład pisma przewodniego i jak konfekcjonować materiały – plakaty, broszury, list przewodni?”

Odpowiedź:

- Miejsca kolportażu są określone w Opisie przedmiotu zamówienia. Zamawiający nie określił ilości placówek oraz ich formy prawnej.
- Odpowiedź znajduje się w odpowiedzi na pytanie nr 7.
- Zamawiający nie określił liczby miejsc dystrybucji materiałów.
- Zamawiający opracuje, bądź przygotuje wszelkie materiały merytoryczne dotyczące kampanii, które w zależności od potrzeb będą udostępniane Wykonawcy.
- Odpowiedź dotycząca pisma przewodniego znajduje się w odpowiedzi na pytanie nr 7.

Plakaty - Kolportaż musi zostać wykonany na terenie województwa mazowieckiego do ośrodków pomocy społecznej (po 5 egz. wraz z 1 egz. pisma przewodniego Zamawiającego (1 kartka, zadruk 2-stronny, A4, papier biały, 80g/m2, zadruk full kolor), powiatowych centrów pomocy rodzinie (po 5 egz. wraz z 1 egz. pisma przewodniego Zamawiającego (1 kartka, zadruk 2-stronny, A4, papier biały, 80g/m2, zadruk full kolor), poradni psychologiczno - pedagogicznych (po 5 egz. wraz z 1 egz. pisma przewodniego Zamawiającego (1 kartka, zadruk 2-stronny, A4, papier biały, 80g/m2, zadruk full kolor), ośrodków zdrowia – podstawowej opieki zdrowotnej – gabinety lekarskie (państwowe i prywatne) (po 3 egz. wraz z 1 egz. pisma przewodniego Zamawiającego (1 kartka, zadruk 2-stronny, A4, papier biały, 80g/m2, zadruk full kolor), urzędów gmin i miast (po 5 egz. wraz z 1 egz. pisma przewodniego Zamawiającego (1 kartka, zadruk 2-stronny, A4, papier biały, 80g/m2, zadruk full kolor). Przewidywany nakład plakatu to 10000 szt.

Broszury - nakład 10000 sztuk, kolportaż po 30 egz. wśród gmin województwa mazowieckiego wraz z 1 egz. pisma przewodniego Zamawiającego.

Pytanie nr 9

„Czy mogłabym prosić o przesłanie scenariusza filmu do wyceny produkcji filmu?”

Odpowiedź:

Zamawiający opracuje, bądź przygotuje wszelkie materiały merytoryczne dotyczące kampanii, które w zależności od potrzeb będą udostępniane Wykonawcy. Wśród tych materiałów znajdują się przede wszystkim artykuły przeznaczone do publikacji w prasie, a także scenariusz filmu. Z chwilą podpisania umowy, Zamawiający przekazuje Wykonawcy opracowany przez Zamawiającego brief kampanii społecznej.

Pytanie nr 10

„Jakie mają Państwo oczekiwania wobec agencji jeśli chodzi o komunikację kampanii w mediach? Przy konferencji prasowej jest podana jedynie dystrybucja komunikatu prasowego i zaproszenie mediów. Czy agencja będzie odpowiedzialna za prowadzenie biura prasowego, w tym media relations, pozycjonowanie ekspertów, przygotowywanie i dystrybucja komunikatów prasowych (ile komunikatów?), monitoring medialny, działania antykryzysowe?”

Odpowiedź:

Zamawiający jeśli chodzi o komunikację kampanii w mediach oczekuje zorganizowania w ścisłym centrum Warszawy konferencji prasowej w centrum prasowym wraz z briefingiem prasowym oraz poczęstunkiem dla uczestników. Usługa ma polegać na dystrybucji informacji o konferencji do mediów, zaproszenia mediów (prasa, radio, telewizja), wynajęciu pomieszczenia do celu realizacji konferencji prasowej, zapewnieniu właściwej obsługi technicznej przedsięwzięcia, w tym poczęstunku.

Pytanie nr 11

„„Publikacja 5 specjalistycznych artykułów w prasie regionalnej i 2 artykułów w prasie ogólnokrajowej” – rozumiemy, że wszystkie publikacje mają być sponsorowane i w ofercie podajemy łączny budżet na to przeznaczony, czy tak?”

Odpowiedź:

Zamawiający oczekuje, że artykuły będą publikowane na prawych stronach redakcyjnych znajdujących się w drugiej części (połowie) danego tytułu (dziennika/tygodnika), aczkolwiek nie wyklucza się publikacji na stronach wcześniejszych.

Pytanie nr 12

„Dodatkowe media – czy również je wyceniamy? Czy podajemy tylko propozycje tytułów/portali?”

Odpowiedź:

Wykonawca w celu uzyskania dodatkowych punktów w kryterium oceny ofert nr 2 „Elementy skutecznej kampanii” podaje propozycje zgodnie z załącznikiem nr 7 do SIWZ. Zamawiający dokona oceny ofert zgodnie z Rozdziałem XV SIWZ.

Pytanie nr 13

„Produkcja pisma przewodniego (do plakatu i do broszury) – po czyjej stronie jest ten element, czy koszt wydruku pisma przewodniego również ma być składnikiem oferty?”

Odpowiedź:

Zamawiający opracuje, bądź przygotuje wszelkie materiały merytoryczne dotyczące kampanii, które w zależności od potrzeb będą udostępniane Wykonawcy. Wśród tych materiałów znajdują się przede wszystkim artykuły przeznaczone do publikacji w prasie, a także scenariusz filmu. Zamawiający od Wykonawcy oczekuje druku i kolportażu egzemplarzy pisma przewodniego Zamawiającego (1 kartka, zadruk 2-stronny, A4, papier biały, 80g/m², zadruk full kolor).

Pytanie nr 14

„Kolportaż – czy mamy założyć jedną (plakat + broszura + pismo przewodnie) wysyłkę do gmin, czy będą to dwie oddzielne wysyłki (plakat + pismo przewodnie), (broszura + pismo przewodnie). Czy jest ustalona ilość lokalizacji, którą możemy przyjąć przy wycenie kolportażu plakatów i broszur?”

Odpowiedź:

Kolportaż dotyczący plakatu, broszury oraz pism przewodnich został określony w załączniku nr 1 do SIWZ, w Zadaniu nr 3 i nr 4.

ZASTĘPCA DYREKTORA
Mazowieckiego Centrum Polityki Społecznej

Elżbieta Bogucka

