

Urząd Marszałkowski
Województwa Kujawsko-Pomorskiego
w Toruniu
87-100 Toruń, Plac Teatralny 2

Toruń, 09.04.2021 r.

WZP.272.8.2021

ODPOWIEDZI NA PYTANIA

Informuję, iż w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonym w trybie podstawowym, którego przedmiotem jest przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020, wpłynęło pytanie, którego treść wraz z odpowiedzią zamieszczam poniżej:

Pytanie:

Zamawiający zawarł zapis „UWAGA nr 1! Zamawiający nie dopuszcza w ramach kampanii użycia grafik, zdjęć, motywów itp. zaczerpniętych z ogólnodostępnych płatnych i bezpłatnych banków obrazów (fotografia stockowa itp.)!”, który dotyczy etapu REALIZACJI kampanii. Czy Zamawiający dopuszcza posługiwanie się materiałami stockowymi na etapie przygotowywania ofert, wstępnej koncepcji kreatywnej, która jest zarysem dalszych działań? Materiały te będą służyły przedstawieniu idei, szkicu, założeń koncepcji – a w etapie realizacji kampanii zostaną zastąpione materiałami niestockowymi?

Odpowiedź:

Tak, na etapie przygotowywania oferty dopuszczamy użycie zdjęć stockowych.

Pytanie:

Czy Zamawiający może ujawnić zakładany budżet dla kampanii / wynik rozpoznania cenowego / wartość zamówienia?

Odpowiedź:

Zamawiający na tym etapie nie ujawnia budżetu.

Pytanie:

Czy Zamawiający zezwoli na wydłużenie terminu składania ofert, np. do dnia 12 kwietnia br.? Prośba motywowana jest wysoką niedyspozycyjnością przedstawicieli mediów, utrudnionym kontaktem z nimi oraz wydłużonym czasem oczekiwania na oferty emiterów, spowodowane ich systemem pracy w sytuacji pandemicznej i brakami kadrowymi.

Odpowiedź:

Pierwotny termin składania ofert jest wyznaczony na dzień 15.04.2021 w związku z czym powyższe pytanie jest bezzasadne.

Pytanie:

czy Zamawiający wymaga w kreacjach graficznych na etapie konstruowania oferty odniesienia się, wykorzystania jakichkolwiek obowiązkowych elementów oznakowania wizualnego, brandbooka, linii kreatywnej?
Jeśli tak - to jakich?

Odpowiedź:

Takie odniesienia nie są konieczne wymagane

Pytanie:

czy Zamawiający zezwoli na etapie składania oferty w postępowaniu wykorzystywanie zdjęć i grafik stockowych? Na etapie prowadzenia kampanii naturalnie materiały te będą zastępowane autorskimi fotografiami sesyjnymi, jednak w trakcie konstruowania oferty nie ma takiej możliwości.

Odpowiedź:

Tak, na etapie przygotowywania oferty dopuszczamy użycie zdjęć stockowych.

Pytanie:

Czy Zamawiający zezwoli na wydłużenie czasu na składanie ofert przesuwając ostateczny termin na następny tydzień roboczy?

Odpowiedź:

Zamawiający nie wyraża zgody

Pytanie:

czy Zamawiający dopuszcza wykorzystywanie innych, dodatkowych działań nieujętych w dokumentacji postępowania?

Odpowiedź:

Zamawiający nie dopuszcza proponowania dodatkowych elementów w ofercie. Wszystkie składniki oferty, które podlegają ocenianiu zostały zapisane w SOPZ i w kryteriach oceny.

Pytanie:

czy możliwe jest wykorzystywanie w kampanii profili Zamawiającego w mediach społecznościowych? Jeśli tak, jakie profile będą możliwe do prowadzenia komunikacji?

Odpowiedź:

Zgodnie z zapisami SOPZ Zamawiający zakłada użycie własnego kanału na Youtube. Jest to jedyne medium społecznościowe, które Zamawiający chciałby wykorzystać w kampanii.

Termin składania i otwarcia pozostaje bez zmian.

Przewodniczący Komisji Przetargowej

/-/ Olgierd Sobkowiak