



Gać, dnia 04.03.2013 r.

L.dz. ZGO-JRP 59/03/2013

**DO WSZYSTKICH WYKONAWCÓW
ZAINTERESOWANYCH ZŁOŻENIEM OFERTY**

Działając w oparciu o art. 38 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2010 r. Nr 113 poz. 759 z późn. zm.) Zamawiający – Zakład Gospodarowania Odpadami Sp. z o.o. – udziela odpowiedzi na następujące zapytania wykonawcy do SIWZ:

Pytanie 23

Dot. OPZ, pkt. I 1. Reklamy prasowe c) Wiadomości Oławskie

Zamawiający pisze: „Wiadomości Oławskie (tygodnik): duża reklama 14,4 x 18,8 cm oraz mała reklama 14,4 x 9,9 cm”. Podane formaty reklam nie odpowiadają siatce modułowej tygodnika Wiadomości Oławskie (1 moduł 40x55 mm). Proszę o sprecyzowanie formatu reklamy w tygodniku Wiadomości Oławskie, zgodnie z siatką modułową ww. gazety.

Odpowiedź Zamawiającego

Duża reklama w tygodniku Wiadomości Oławskie: 25,8 cm x 34,5 cm. Mała reklama w tym tygodniku to: 17 cm x 22,9 cm. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 24

Dot. OPZ, pkt. I 2.1.1. Dbillboardy Serwisy I

Podany przez Zamawiającego serwis city.wroc.info jest stroną prywatną p. Tomka Czarneckiego. Czy Zamawiający podtrzymuje umieszczenie reklamy na ww. serwisie?

Odpowiedź Zamawiającego

Zamawiający rezygnuje z umieszczania reklamy w serwisie city.wroc.info. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 25

Dot. OPZ, pkt. I 1. Reklamy prasowe

Reklama ma być w kolorowa czy czarno biała, na stronach redakcyjnych czy kolorowych? Czy Zamawiający dopuszcza wybranie innych gazet?



Odpowiedź Zamawiającego

Reklama prasowa ma być kolorowa i ma być zamieszczona na stronach redakcyjnych. Zamawiający nie dopuszcza wybrania innych gazet do publikacji reklamy prasowej. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 26

Dot. OPZ, I 2. Reklamy Internetowe

Double Billboard ma być statyczny czy animowany? Co będzie potwierdzeniem należytego wykonania tego zadania?

Odpowiedź Zamawiającego

Billboard ma być statyczny, potwierdzeniem należytego wykonania tego zadania będzie akceptacja formy graficznej przez Zamawiającego a następnie realizacja właściwej ilości odsłon na serwisach – Zamawiający będzie wymagał raportu z tego działania. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 27

Dot. OPZ, I 2.2. Google

Aby szczegółowo wycenić usługę proszę o podanie słów kluczowych. Jaką ilość wejść na reklamę przewiduje Zamawiający?

Odpowiedź Zamawiającego

Zamawiający przewiduje 3200 odsłon, słowa kluczowe związane z tematyką gospodarki odpadami zostaną uzgodnione z Zamawiającym podczas realizacji kampanii. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 28

Dot. OPZ, I 3. Konferencje prasowe

Jaka będzie maksymalna ilość osób (informacja niezbędna do wyceny)? Czy Zamawiający przekaże listę gości czy Wykonawca ma ją przygotować sam? Co kryje się pod hasłem „organizacja konferencji”, prosimy o podanie szczegółów (np. wynajem sali, nagłośnienia itd.). Czy broszury, ulotki, plakaty, bawełniane torby, teczki papierowe będą rozdawane z puli rzeczy zawartych w: cz. VII pkt. 3, 5, 7, 8, 19? Proszę o określenie szczegółowe co Zamawiający ma na myśli pisząc „materiały dedykowane dla mediów” czy chodzi tutaj o cz. I pkt. 4 OPZ?

Odpowiedź Zamawiającego

Maksymalna ilość osób na konferencjach prasowych nie powinna być mniejsza niż 30 osób i nie powinna przekroczyć 40. Listę gości przygotowuje Wykonawca (zgodnie z wytycznymi zawartymi w OPZ), a Zamawiający ją zatwierdzi. Wykonawca odpowiedzialny będzie za wynajem sali, poprowadzenie konferencji, zapewnienie nagłośnienia oraz catering. Scenariusz konferencji zostanie



ustalony z Wykonawcą podczas realizacji kampanii. Materiały dedykowane dla mediów – będą to broszury informacyjno-szkoleniowe, rozdawane z puli Broszury (pkt. VII 7. W OPZ). Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 29

Dot. OPZ, I 4. Projekt i produkcja dedykowanych pakietów materiałów promocyjnych

Proszę o wyjaśnienie pkt. a) gdyż jest nie jasny. Czy 20 sztuk fotografii ma być z każdej gminy? Czy artykuły zawarte w punkcie „Ponadto Wykonawca przygotowuje:” artykuły i teksty do broszury mają być liczone jako dodatkowe materiały nie zapisane w żadnym innym miejscu OPZ? Czy zapis 2 artykuły sponsorowane do tygodnika Głos Nauczycielski/miesięcznik Dyrektor Szkoły oznacza po 2 artykuły w każdej z gazet? Proszę podać wielkość artykułów czy będą one kolorowe czy czarnobiałe oraz czy na stronach redakcyjnych czy ogłoszeniowych(niezbędne do wyceny).

Odpowiedź Zamawiającego

Zamawiający ma na myśli 20 fotografii łącznie. Tak, Wykonawca winien przygotować teksty do broszury dotyczące tematyki gospodarki odpadami i nie jest to zapisane w żadnym innym miejscu w Opisie Przedmiotu Zamówienia. Zapis „2 artykuły sponsorowane do tygodnika Głos Nauczycielski /miesięcznik Dyrektor Szkoły” oznacza 2 artykuły łącznie, czyli po 1 w każdym z tytułów. Artykuł powinien zawierać co najmniej 4000 znaków, być kolorowy i zamieszczony na stronach redakcyjnych. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 30

Dot. OPZ, I 5. Billboardy

Czy Zamawiający zarezerwował konkretne billboardy na terminy wskazane w harmonogramie? Co jeżeli okaże się iż we wskazanych terminach Billboardy nie będą dostępne? Czy po stronie Wykonawcy leży opłacenie nośnika czy też jest to po stronie Zamawiającego?

Odpowiedź Zamawiającego

Zamawiający nie zarezerwował konkretnych billboardów na terminy wskazane w harmonogramie. Jeśli okaże się, że któreś nośniki są już zajęte – Zamawiający podczas realizacji kampanii zadecyduje czy zmienić termin emisji billboardów czy zmienić dany, zajęty nośnik na inną lokalizację. W terminie 14 dni od dnia zawarcia umowy Wykonawca przedłoży do akceptacji Zamawiającego szczegółowy Harmonogram Rzeczowo – Finansowy realizacji Przedmiotu umowy i w nim ustali szczegóły dotyczące emisji billboardów.

Pytanie 31

Dot. OPZ, I 6. Artykuły sponsorowane w prasie lokalnej

Artykuły mają być kolorowe czy czarnobiałe i czy na stronach redakcyjnych czy ogłoszeniowych? Czy napisanie artykułu stoi po stronie Zamawiającego czy Wykonawcy?



Odpowiedź Zamawiającego

Artykuły sponsorowane w prasie lokalnej powinny być kolorowe, powinny być zamieszczone na stronach redakcyjnych a ich napisanie leży po stronie Wykonawcy. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 32

Dot. OPZ, II 1. Eventy

Proszę o określenie jednoznaczne kto wybierze wykonawców eventów Zamawiający czy Wykonawca przetargu? W jaki sposób ma Wykonawca poinformować o konkursie wnioskodawców? Czy lista osób zaproszonych do konkursu zostanie podana przez Zamawiającego? Czy w kwocie 5000zł brutto wybrany wnioskodawca ma zorganizować event? Czy zamawiający poza nagrodą i kosztem 5000zł brutto dla wnioskodawcy i zorganizowaniem konkursu wraz z rozstrzygnięciem będzie ponosił inne koszty? Czy materiały takie jak np. ulotki mają być dostarczone do wybranego wnioskodawcy? Co ma się zawrzeć w organizacji eventu? Zamawiający pisze „Organizatorzy eventu otrzymają również kupon o wartości 1000zł na zakupy za organizację festiwalu” czy chodzi tutaj o organizatorów czyli władze gminy czy chodzi o wnioskodawcę, który wygrał? Kupon ma zostać zakupiony na jaki określony sklep? Czy każdy wygrany wnioskodawca ma otrzymać kupon czy tylko niektórzy? A jeżeli nie każdy to do dokładnie ilu? Proszę o podanie uzasadnienia dla nagrody 1000zł, czyli w jaki sposób wpływa ona na dotarcie do odbiorców kampanii i czy Zamawiający oferując taką nagrodę nie obawia się utraty środków finansowania z racji wykorzystania funduszy na inne cele niż przeznaczone? Czy wynagrodzenie dla osoby z ZGO Gać udzielającej informacji stoi po stronie Zamawiającego czy Wykonawcy? Czy Wykonawca zamiast organizować konkurs może samemu wykonać wszystkie eventy? Proszę o dokładne określenie kryterium otrzymania jojo, lub rozwinąć słowo „zaangażowanym”. Czy jojo, które będzie wręczane na festiwalach będzie pochodziło z puli opisanej w cz. VII pkt. 15, gdyż na 1 festiwal przypada tylko około 35sztuk? Jakie inne materiały ma przygotować Wykonawca na event?

Odpowiedź Zamawiającego

Wykonawców eventów wybierze, uwzględniając kryteria wyboru zawarte w OPZ, Wykonawca w konsultacji z Zamawiającym. Wykonawca, na podstawie OPZ, stworzy zasady konkursu oraz zaproszenia do konkursu i dostarczy je do potencjalnych wnioskodawców drogą poczty tradycyjnej a także poinformuje wnioskodawców o konkursie za pomocą plakatów rozwieszonych w centralnych punktach gminy. Wykonawca przygotuje projekt takiego zaproszenia oraz plakatu. Plakaty winny być z puli Plakaty do konkursu na eventy „Dziękujemy zaangażowanym”, pkt. VII 20., które Zamawiający dopisze do OPZ oraz wykazu cen. Stworzenie listy osób (organizacji) zaproszonych do konkursu leży po stronie Wykonawcy. Zamawiający zatwierdzi przygotowaną przez Wykonawcę listę. Wygrany wnioskodawca ma zorganizować event w kwocie 5000zł. Kupon o wartości 1000,00zł na zakupy w sklepie rtv/agd jest formą nagrody dla wnioskodawcy za wygranie konkursu i organizację eventu. Ulotki mają być dostarczone do wygranego wnioskodawcy, aby mógł je rozdawać podczas eventu.



Nagroda 1000zł ma być przyznana 14 wygranym wnioskodawcom (organizacjom), po 1 w każdej gminie, które obejmuje Projekt „System gospodarki odpadami Ślęza-Oława, czyli łącznie 14 nagród po 1000zł dla wnioskodawcy z każdej gminy. Nagroda ma na celu zmotywować potencjalnych wnioskodawców do zorganizowania ww. eventu. Koszty ponoszone przez Zamawiającego podczas organizacji eventu to wynagrodzenie dla osoby z ZGO udzielającej informacji na stoisku podczas eventu.

Wykonawca nie może sam zorganizować eventów, w zastępstwie za wnioskodawców, ponieważ konkurs ten ma na celu zaangażować lokalne organizacje w akcję promocyjno – informacyjną Projektu oraz w tematykę gospodarki odpadami. Określenie kryterium otrzymania jojo leży po stronie wygranego wnioskodawcy, organizatora danego eventu. Te gadżety będą do jego dyspozycji, jako np. nagroda w konkursie dla dzieci. Sposób wykorzystania dostarczonych przez Zamawiającego gadżetów zależy od danego wnioskodawcy i stworzonego przez niego scenariusza danego eventu. Zamawiający zwiększył ilość jojo z puli opisanej w cz. VII pkt. 15 w OPZ, z 500 sztuk na 1000 sztuk. Jednocześnie Zamawiający podkreśla, że Wykonawca poniesie koszty wszystkich działań opisanych w Opisie Przedmiotu Zamówienia. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 33

Dot. OPZ, II 2. Spotkania informacyjno-szkoleniowe

Ile osób przewiduje Zamawiający na spotkaniu (ilość jest niezbędna do wyceny)? Proszę o podanie informacji czy Zamawiający może zmienić OPZ wykreślając catering z tego pkt. gdyż z doświadczenia wiemy, iż spotkania takiego mogą liczyć od 5 osób do ponad 100. Czy torby bawełniane rozdawane mieszkańcom na spotkaniu będą z puli opisanej w cz. VII pkt. 3? Po czyjej stronie stoją koszty wynajmu Sali/świetlicy?

Odpowiedź Zamawiającego

Wykonawca zadania zorganizuje spotkania dla liczby osób nie mniejszej niż 30 i nie większej niż 50. Zamawiający nie rezygnuje z opcji cateringu gdyż jest to element często przyciągający mieszkańców na tego typu spotkania. Torby bawełniane rozdawane na spotkaniach powinny pochodzić z puli opisanej w cz. VII pkt. 3 w OPZ. Koszty wynajmu sali/świetlicy leżą po stronie Wykonawcy. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 34

Dot. OPZ, III 2. Strona internetowa kampanii

Czy Zamawiający udostępni swój serwer nieodpłatnie na postawienie strony internetowej, a jeżeli odpłatnie to w jakiej cenie? Na czym polegać ma kontakt z internautami? W jakim celu Wykonawca ma mieć stały kontakt z Ministerstwem Ochrony Środowiska? W jakim celu mamy publikować miejsca nielegalnych wysypisk? Czy zamawiający nie boi się iż spowoduje to rozrastanie się nielegalnych wysypisk? Interaktywna mapa wymaga użycia programów flash co powoduje iż tak częsta aktualizacja mapy jest bardzo czasochłonna i droga, dlatego czy Zamawiający dopuszcza by



aktualizacje odbywały się raz na kwartał? Z ostatniego punktu na temat rozliczenia należytego wykonania wynika iż Zamawiający chce rozliczyć Wykonawcę z własnych działań marketingowych i z wyniku własnej kampanii. Wyjaśniając: Wykonawca nie ma możliwości dopasowania działań promocyjnych, gdyż są one już założone, nie może także wybrać nośników i miejsc reklamy iż są one także podane. Dlatego też proszę o usunięcie zapisu na temat ilości wejść na stronę jako rozliczenie z należytego wykonania lub zmienić je na kryterium realne np. wykonanie strony według ustalonych punktów. Ewentualnie usunąć wszystkie zapisy na temat miejsc publikacji artykułów, billboardów i sposobów prowadzenia eventów.

Odpowiedź Zamawiającego

Wykonawca powinien uruchomić i utrzymywać serwis na własnych lub wykupionych przez siebie serwerach. Stały kontakt z internautami oznacza bieżące zamieszczanie na stronie www aktualności z prowadzonych działań oraz informowanie o prowadzonej kampanii i wszystkich jej aspektach co zawiera się w podpunktach 3) i 4) w punkcie II 2. w OPZ. Stały kontakt z Ministerstwem Środowiska oznacza przekazywanie na stronę kampanii bieżących informacji z zakresu gospodarki, które ukażą się na stronie Ministerstwa. Zamawiający rezygnuje z oznaczania nielegalnych wysypisk na interaktywnej mapie. Zamawiający dopuszcza, aby aktualizacja interaktywnej mapy odbywała się raz na kwartał.

Zamawiający podtrzymuje wymaganie 5000 wejść na stronę jako rozliczenie należytego wykonania tego zadania. Zamawiający uważa, że nie jest to wygórowana ilość wejść na stronę w okresie 1,5 roku. Zamawiający odmawia usunięcia zapisów na temat miejsc publikacji artykułów, billboardów i sposobów prowadzenia eventów. Wybrane media oraz nośniki nie są przypadkowym wyborem, tylko wynikiem badań mediów lokalnych przeprowadzonych przez TNS na zlecenie Zamawiającego. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 35

Dot. OPZ, III 3. Uruchomienie profilu na Facebook'u

Czy po przekazaniu profilu Facebook Wykonawca będzie ponosił jakieś koszty lub dodatkową pracę z nim związane?

Odpowiedź Zamawiającego

Po uruchomieniu profilu na Facebook'u Wykonawca nie będzie ponosił dodatkowych kosztów i wykonywał dodatkowej pracy z nim związanej.

Pytanie 36

Dot. OPZ, IV 1 Ulotki

Czy Zamawiający zakłada aby ulotki były przesyłane drogą pocztową? Jeżeli tak to jaki to ma być list polecony czy zwykły? Na jakiej podstawie Zamawiający będzie określał należyte wykonanie? Czy



może to być lista z poczty potwierdzająca nadanie? Czy Zamawiający przygotuje listę odbiorców listów 70000 nazwisk i adresów? Co z adresami nie aktualnymi i listami nieodebranymi?

Pytanie 37

Dot. OPZ, IV 2. List

Czy Zamawiający zakłada aby listy były przesyłane drogą pocztową? Jeżeli tak to jaki to ma być list polecony czy zwykły? Na jakiej podstawie Zamawiający będzie określał należyte wykonanie? Czy może to być lista z poczty potwierdzająca nadanie? Czy Zamawiający przygotuje listę odbiorców listów 70 000 nazwisk i adresów? Co z adresami nie aktualnymi i listami nieodebranymi?

Odpowiedź Zamawiającego (na pytanie 14 i 15)

Ulotki oraz listy winny być przesyłane drogą poczty tradycyjnej, listem zwykłym. Potwierdzeniem należytego wykonania zadania będzie lista z poczty potwierdzająca nadanie przesyłek. Przygotowanie listy odbiorców przygotuje Wykonawca – mają to być wszystkie gospodarstwa domowe z wszystkich 14 gmin objętych zasięgiem kampanii. W przypadku listów nieodebranych lub nieaktualnych adresów poczta będzie zwracała korespondencję na adres ZGO. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 38

Dot. OPZ, V Konkurs Zielony Las

Zamawiający czy Wykonawca ponosi koszt wynajęcia Sali Rycerskiej? Kto poinformuje i zbierze deklaracje szkół do konkursu Zielony Las? Kto odbierze surowce od szkół by je przetransportować do punktów skupu lub składowania? Zamawiający czy Wykonawca ponosi koszt odbioru i transportu surowców? Do czego zbierane są surowce czy Zamawiający czy Wykonawca ma dostarczyć worki lub pojemniki? A jeżeli ma je dostarczyć Wykonawca to ile i po czyjej stronie jest koszt? Po czyjej stronie Nagroda biorcy, Zamawiającego czy Wykonawcy stoi zapłata podatku za osobę obdarowaną za nagrody?

Odpowiedź Zamawiającego

Koszt Wynajęcia Sali Rycerskiej leży po stronie Wykonawcy. Konkurs „Zielony Las” prowadzony jest w szkołach z regionu objętego Projektem już od kilku lat, w związku z tym deklaracje uczestnictwa są już w ZGO. Surowce będą odbierane ze szkół na koszt ZGO. Surowce zbierane będą w workach i kartonach dostarczonych do szkół przez ZGO. Szkoła publiczna jako jednostka budżetowa jest podmiotowo zwolniona od podatku dochodowego. Wynika to z art. 6 ust. 1 pkt 3 ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych, a w związku z tym nie jest zobowiązana do zapłaty podatku od otrzymanych nagród. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 39

Dot. OPZ, V 1.2. Dla zwycięskiej klasy dwudniowa wycieczka do Pragi

Zakład Gospodarowania

Odpadami Sp. z o.o.

Gać nr 90, 55-200 Oława
Fax. (071) 301-45-62
NIP: 912-16-77-692
Regon: 932048175
www: zgo.org.pl
e-mail: jrp@zgo.org.pl

Jednostka Realizująca
Projekt:
Tel. +48 71 301 45 70

Sekretariat:
Tel. +48 71 301 45 66

Sąd Rejonowy dla Wrocławia Fabrycznej
VI Wydział Gospodarczy KRS
KRS: 0000142896
ING Bank Śląski S.A. Brzeg:
83 1050 1490 1000 0022 6570 2361
Kapitał zakładowy: 23.286.000,- PLN



Kto ma być organizatorem wycieczki? Czy Wykonawca ponosi pełne koszty związane od początku do końca z wycieczką? Czy na wycieczce ma być osoba reprezentująca Zamawiającego? Jaka jest minimalna i maksymalna ilość dzieci biorących udział w wycieczce (niezbędne do wyceny)? Ilu opiekunów pojedzie wraz z dziećmi? Ubezpieczenie podane ma być na osobę czy na całą grupę?

Odpowiedź Zamawiającego

Organizatorem wycieczki ma być Wykonawca. Wykonawca ponosi pełne koszty wycieczki. Na wycieczce nie musi być obecna osoba reprezentująca Zamawiającego. Wycena wycieczki ma uwzględniać 30 – osobową klasę + 3 opiekunów. Ubezpieczenie podane ma być za całą grupę. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 40

Dot. OPZ, V 1.3. Dla zwycięzców w kategorii indywidualnej, Ultrabook

Proszę o podanie ilości ultrabooków gdyż w OPZ nie jest podane. Po czyjej stronie: Nagrodobiorcy, Zamawiającego czy Wykonawcy jest zapłata podatku dochodowego od nagrody za osobę obdarowaną?

Odpowiedź Zamawiającego

Ilość ultrabooków – 1 szt. Szkoła publiczna jako jednostka budżetowa jest podmiotowo zwolniona od podatku dochodowego. Wynika to z art. 6 ust. 1 pkt 3 ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych, a w związku z tym nie jest zobowiązana do zapłaty podatku od otrzymanych nagród. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 41

Dot. OPZ, pkt. V 1.2. Konsola

Proszę o uzasadnienie dla wymagań zawartych w OPZ odnośnie konsoli gdyż z opisu wynika, iż jest to jedna jedyna konsola dostępna na rynku tym samym odrzucająca bardzo podobne inne konsole co jest niezgodne z Prawem Zamówień Publicznych poprzez faworyzowanie określonej marki. Proszę o zmianę i usunięcie blokujących wymagań pozwalając na obiektywny wybór konsoli.

Odpowiedź Zamawiającego

Zamawiający zmienił OPZ na „Konsola do gier z kamerą interaktywną i kontrolerem ruchu – 1 zestaw o wartości minimum 1000,00zł netto” i usunął szczegółową specyfikację. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 42

Dot. OPZ, pkt. V 2. Zajęcia Edukacyjne

Proszę o wyjaśnienie niezgodności w OPZ gdyż opisy: „Wyznaczony przez Zamawiającego wykładowca...” i „Wykonawca wybierze nauczyciela...” całkowicie się wykluczają. Proszę o podanie kto wybiera nauczyciela. Kto organizuje spotkania z kierownictwem szkół i kto za nie ponosi koszty?



Jakie wysokie będą to koszty? Ile zajęć i jak długich będzie prowadził nauczyciel (jest to niezbędne do wyceny)? Proszę o podanie uzasadnienia wynagrodzenia nauczyciela i czym Zamawiający kierował się przy określeniu stawki. Proszę o usunięcie kwoty minimalnej a podanie maksymalnej dla wynagrodzenia dla nauczyciela gdyż może to być odebrane jako zawyżenie ceny zamówienia publicznego i bezpodstawnego wydania pieniędzy dofinansowania.

Odpowiedź Zamawiającego

Wykonawca wybierze nauczyciela, a Zamawiający go zatwierdzi. Nie będzie potrzeby organizowania spotkań z kierownictwem szkoły – ZGO roześle informację do szkół o planowanej edukacji oraz konkursie, a nauczyciel prowadzący zajęcia indywidualnie umówi się z każdą szkołą na termin zajęć. Planowana ilość lekcji – nie mniej niż 25 i nie więcej niż 30 godzin tygodniowo. Wynagrodzenie dla nauczyciela jest podane jako minimum 4 000,00zł brutto ponieważ Zamawiający uważa, iż jest to adekwatne wynagrodzenie do ilości przepracowanych godzin w miesiącu i jest to minimum, jakie nauczyciel powinien dostać za tego typu pracę. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 43

Dot. OPZ, pkt. V 2. Organizacja uroczystej Gali rozdania nagród

Jaka jest maksymalna ilość osób na uroczystej Gali (niezbędne do wyceny)? Proszę o wyjaśnienie pojęcia oprawa muzyczna, czy ma to być muzyka na żywo czy też odtwarzana ze sprzętu, poważna, muzyka z najnowszej listy przebojów muzycznych, czy pozostaje tutaj dowolność. Proszę o podanie formuły (list, mail, telefon?) zaproszenia gości. Czy lista osób do zaproszenia zostanie dostarczona przez Zamawiającego czy Wykonawca ma ją przygotować?

Odpowiedź Zamawiającego

Ilość osób biorących udział w uroczystej gali to co najmniej 100. Przez sformułowanie „oprawa muzyczna” Zamawiający miał na myśli muzykę odtwarzaną ze sprzętu. Rodzaj muzyki Zamawiający uzgodni z Wykonawcą podczas realizacji kampanii. Wykonawca winien zaprosić gości drogą poczty tradycyjnej. Listę gości do zaproszenia przygotuje Wykonawca, po uprzedniej konsultacji z Zamawiającym. Ostateczną liczbę gości zatwierdzi Zamawiający. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 44

Dot. OPZ, pkt. V 4 Działania Promocyjne konkursu

Czy wszystkie bannery reklamowe na portalach będą miały tą samą szatę graficzną? Czy artykuły mają być w kolorze czy czarnobiałe czy mają być na stronach redakcyjnych czy ogłoszeniowych? Proszę o podanie informacji czy Zamawiający dopuszcza użycie innej niż z blachy malowanej proszkowo osłony do zgniatarki PET, a także pozostawia do wyboru inne możliwości znakowania np. grawer?

Odpowiedź Zamawiającego

Wszystkie banery na portalach powinny mieć tę samą szatę graficzną. Artykuły mają być kolorowe i mają być zamieszczone na stronach redakcyjnych. Zamawiający dopuszcza użycie innej niż z blachy malowanej proszkowo, obudowy do zgniataarki butelek PET. Zamawiający nie dopuszcza znakowania obudowy do zgniataarki za pomocą graweru. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 45

Dot. OPZ, pkt. VI 1.

Film o rozbudowie ZGO Gać

Proszę o podanie uzasadnienia dla rozdzielczości 854 x 480 gdyż jest to niska rozdzielczość. Proszę o dopisanie słowa przed rozmiarem „minimalny rozmiar to”. Proszę o wyjaśnienie czy dziennikarz i kamerzysta to jedna osoba czy mają one być wymiennie czy dziennikarz ma być kamerzystą. Czy Zamawiający zapewni Wykonawcy iż wskazane osoby z Zakładu ZGO podpiszą dokument o wykorzystywaniu ich wizerunku w filmie i zapewni, iż Wykonawca nie poniesie dodatkowych kosztów związanych z wizerunkiem osób wskazanych? A jeżeli nie to czy ewentualnie ZGO poniesie koszty wynagrodzenia za użyty wizerunek osoby? Co znaczy iż mają się tam znaleźć efekty dźwiękowe? Chodzi np. o dźwięk przesuwanej obracanej kartki gdy będą znikać plansze? Na jakim nośniku przekazany ma zostać film dla Zamawiającego? Czy zamawiający ma wybraną muzykę jako podkład pod film czy pozostawia to Wykonawcy?

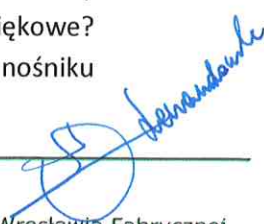
Odpowiedź Zamawiającego

Zamawiający dopisze w OPZ „minimalny rozmiar to”. Zamawiający usunie z OPZ słowo „dziennikarz”. Film kręcony ma być przez kamerzystę. Zamawiający zapewni, że pracownicy ZGO występujący w filmie podpiszą dokument o wykorzystywaniu ich wizerunku w filmie. Ewentualne koszty z tym związane poniesie Zamawiający. Film powinien posiadać podkład muzyczny - Zamawiający nie ma wybranej muzyki – muzykę wybierze Wykonawca, a Zamawiający ją zatwierdzi. Zamawiający usunie zapis „efekty dźwiękowe”. W filmie ma być również uwzględniony lektor. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 46

Dot. OPZ, pkt. VI 2. Film o funkcjonowaniu ZGO Gać

Proszę o podanie uzasadnienia dla rozdzielczości 854x 480 gdyż jest to niska rozdzielczość. Proszę o dopisanie słowa przed rozmiarem „minimalny rozmiar to”. Proszę o wyjaśnienie czy dziennikarz i kamerzysta to jedna osoba czy mają one być wymiennie czy dziennikarz ma być kamerzystą. Czy Zamawiający zapewni Wykonawcy iż wskazane osoby z Zakładu ZGO podpiszą dokument o wykorzystywaniu ich wizerunku w filmie i zapewni, iż Wykonawca nie poniesie dodatkowych kosztów związanych z wizerunkiem osób wskazanych? A jeżeli nie to czy ewentualnie ZGO poniesie koszty wynagrodzenia za użyty wizerunek osoby? Co znaczy iż mają się tam znaleźć efekty dźwiękowe? Chodzi np. o dźwięk przesuwanej obracanej kartki gdy będą znikać plansze? Na jakim nośniku





przekazany ma zostać film dla Zamawiającego? Czy zamawiający ma wybraną muzykę jako podkład pod film czy pozostawia to Wykonawcy?

Odpowiedź Zamawiającego

Zamawiający dopisze w OPZ „minimalny rozmiar to”. Zamawiający usunie z OPZ słowo dziennikarz. Film kręcony ma być przez kamerzystę i ma trwać 5 minut. Zamawiający zapewni, że pracownicy ZGO występujący w filmie podpiszą dokument o wykorzystywaniu ich wizerunku w filmie. Ewentualne koszty z tym związane poniesie Zamawiający. Film powinien posiadać podkład muzyczny - Zamawiający nie ma wybranej muzyki – muzykę wybierze Wykonawca, a Zamawiający ją zatwierdzi. Film ma obrazować „drogę odpadu w Zakładzie” i powinien być zmontowany zgodnie z wytycznymi Zamawiającego. Zamawiający usunie zapis „efekty dźwiękowe”. W filmie ma być również uwzględniony lektor. Film ma zostać przekazany Zamawiającemu na płycie CD. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 47

Dot. OPZ, pkt. VII 1. Kupony na zakupy

Co oznacza słowo wybrani gdyż wcześniej zapis mówi o wszystkich realizatorach eventów? Proszę sprecyzować ilość nagród i podać kryteria przyznawania kuponów.

Odpowiedź Zamawiającego

Przez sformułowanie „Wybrani” Zamawiający miał na myśli realizatorów eventów, czyli po 1 realizatorze z każdej z 14 gmin objętych projektem. Nagroda w postaci kuponu ma być przyznana każdemu wygranemu realizatorowi eventu. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 48

Dot. OPZ, pkt. VII 2. Magnes na lodówkę

„Nadruk w wysokim połysku” czy Zamawiającemu chodziło o solvent? Gdyż solvent jest najpopularniejszym drukiem do magnesów.

Odpowiedź Zamawiającego

Zamawiający miał na myśli solvent. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 49

Dot. OPZ, pkt. VII 3. Torba ekologiczna bawełniana

Proszę o podanie informacji czy logo kampanii ma być główną częścią nadruku natomiast poniżej znajdować się ciąg logotypów tak jak jest w wytycznych?

Odpowiedź Zamawiającego

Hasło kampanii „Dziękujemy ☺” ma być główną częścią nadruku na bawełnianych torbach – ciąg logotypów, zgodnie z wytycznymi ma się znajdować na górze torby, nad hasłem kampanii. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 50

Dot. OPZ, pkt. VII 4. Pendrive

Gdzie ma się znajdować ciąg logotypów unijnych wymaganych na każdym produkcie którego jest dotowane z funduszy unijnych tak jak jest to zapisane w wytycznych? Proszę o określenie czy ciąg logotypów może być w wersji skróconej gdyż przy tak małym polu nadruku jest niemożliwym dołożenie logo kampanii. Proszę o podanie informacji czy w związku z ciągiem logotypów dopuszczonym w wersji monochromatycznej czy można wykonać znakowanie metodą graweru, tłoczenia lub nadruku? Proszę o podanie ilości kolorów gdyby Zamawiający nie pozwolił na wersję monochromatyczną, gdyż każdy kolor ma duży wpływ na wycenę.

Odpowiedź Zamawiającego

Miejsce znakowania ciągiem logotypów ma być zgodne z wytycznymi: „Zasady promocji projektów dla beneficjentów Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2007-2013”. Zamawiający podał w OPZ wymiary minimalne wielkości nadruku – jeśli Wykonawca uzna, że jest to zbyt mały obszar może zakupić większe pendrive’y i zwiększyć rozmiar zadruku. Na pendrive’ie ma się znaleźć ciąg logotypów + hasło kampanii „Dziękujemy ☺”. Zamawiający dopuszcza znakowanie grawerem. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 51

Dot. OPZ, pkt. VII 5. Ulotki

Proszę o podanie czym Zamawiający kierował się podając certyfikaty i czy jest dopuszczone posiadanie innego certyfikatu o podobnych właściwościach?

Odpowiedź Zamawiającego

Zamawiający kierował się założeniami, aby kampania przeprowadzona była w zgodzie z zasadami ochrony środowiska. Zamawiający dopuszcza posiadanie innego certyfikatu o podobnych właściwościach. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 52

Dot. OPZ, pkt. VII 6. List

Proszę o podanie większej ilości parametrów druku, kolor czy czarnobiały, gramatura papieru, dwustronny druk czy jednostronny, czy mają być uszlachetnienia a jeżeli tak to jakie?

Odpowiedź Zamawiającego





List powinien mieć format A4, druk jednostronny, kolorowy, gramatura co najmniej 150g. Zamawiający nie wymaga uszlachetnień. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 53

Dot. OPZ, pkt. VII 11. Rollup

Proszę o podanie czym Zamawiający kierował się przy wyborze materiału (medium)? Czy Zamawiający może usunąć zapis z konkretnym medium a pozostawić zapis „materiał zabezpieczony przed prześwitywaniem”? Proszę o wyjaśnienie zapisu „720 x 720 dpi”. Czy chodzi o wydruk w 720 dpi, bo jeżeli tak to niestety, ale nie stosuje się takiej rozdzielczości do wydruków wielkoformatowych. Czy ma to być zwykły solvent czy Eco solvent?

Odpowiedź Zamawiającego

Zamawiający usunie z OPZ zapis „materiał winylowy HD (wkładka zabezpieczająca przed prześwitywaniem), druk rozdzielczością nie mniejszą niż 720x720 dpi”. Panel graficzny do roll-upa ma być wydrukowany na solwencie i mieć taką gramaturę, aby nie prześwitywał (maszt podtrzymujący rozwinięty wydruk nie może prześwitywać) oraz bez oporu związać się do kasety. Rozdzielczość: 350 dpi. Zamawiający dopuszcza druk zarówno solventowy jak i Eco solventowy. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 54

Dot. OPZ, pkt. VII 12. Ścianka

Czy oświetlenie lampami halogenowymi ma być w zestawie czy ma być możliwa opcja dokupienia?

Odpowiedź Zamawiającego

Oświetlenie halogenowe ma się znaleźć w zestawie. Jakość druku ścianki: co najmniej 350 dpi. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 55

Dot. OPZ, pkt. VII 13. Banery PCV

Proszę o wyjaśnienie zapisu „rozdzielczość 540x720”.

Odpowiedź Zamawiającego

Bannery PCV mają być wydrukowane w rozdzielczości 350 dpi, metodą solventową. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 56

Dot. OPZ, pkt. VII 14. Namiot + sprzęt muzyczny (nagłośnienie)

Proszę o sprecyzowanie zapisu „zapewni” czy chodzi o zakup namiotu i sprzętu? Czy chodzi o wypożyczenie namiotu i nagłośnienia? Proszę o podanie informacji jakie części namiotu mają zostać zadrukowane, gdyż przy wypożyczeniu namiotu nie ma możliwości zadrukowania.



Odpowiedź Zamawiającego

Wykonawca zakupi namiot oraz zapewni nagłośnienie. Na namiocie, tak jak na wszystkich produkowanych materiałach reklamowych, musi znaleźć się ciąg logotypów unijnych + logo beneficjenta (ZGO) oraz hasło kampanii. Projekt zadruku namiotu przygotowuje Wykonawca. Zamawiający dopuszcza aby nagłośnienie było wypożyczone. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 57

Dot. OPZ, pkt. VII 15. Jojo drewniane

Proszę o podanie miejsca znakowania ciągiem logotypów, gdyż zgodnie z wytycznymi ważniejsze od logo promocji jest ciąg logotypów, a na powierzchni 2x2cm nie jest możliwe zmieszczenie czytelnie ciągu. Czy znakowanie może być nadrukiem lub grawerem i w wersji monochromatycznej gdyż na tak małych powierzchniach nadruk wielokolorowy może być nie do wykonania lub nie czytelny.

Odpowiedź Zamawiającego

Miejsce znakowania ciągiem logotypów ma być zgodne z wytycznymi: „Zasady promocji projektów dla beneficjentów Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2007-2013”. Zamawiający podał w OPZ wymiary minimalne jojo oraz wymiary minimalne wielkości nadruku – jeśli Wykonawca uzna, że jest to zbyt mały obszar może zakupić większe jojo i zwiększyć rozmiar zadruku. Na jojo ma się znaleźć ciąg logotypów + hasło kampanii „Dziękujemy ☺”. Zamawiający dopuszcza znakowanie grawerem. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 58

Dot. OPZ, pkt. VII 17. i 18. Koperty

Czy na kopercie ma znaleźć się ciąg logotypów tak jak jest zapisane to w wytycznych i czy logo będzie stanowiło grafikę czy będzie traktowane jako logo gdyż wtedy nie może być większe od ciągu logotypów. Proszę o określenie ile % koperty ma być zadrukowane i jedno czy dwustronnie gdyż to stanowi dużą rozbieżność w wycenie.

Odpowiedź Zamawiającego

Na kopercie ma się znaleźć ciąg logotypów: dwa logotypy unijne + logo beneficjenta (ZGO), zgodnie z wytycznymi: „Zasady promocji projektów dla beneficjentów Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2007-2013”. Ponadto na kopercie ma się znaleźć hasło kampanii: „Dziękujemy ☺”. Koperta ma być zadrukowana jednostronnie. Zamawiający nie jest w stanie określić ile % koperty zajmie zadruk, ponieważ projekt koperty dopiero będzie przygotowany przez Wykonawcę. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 59

Dot. OPZ, pkt. VII 19. Teczki papierowe A4

Czy teczka ma zostać wykonana z papieru, który jest mało trwały czy ma zostać wykonana z „kartonu” tak jak standardowe teczki firmowe?

Odpowiedź Zamawiającego

Teczka ma zostać wykonana z „kartonu”, tak jak standardowe teczki firmowe. Zmiana OPZ poniżej.

Z uwagi na udzielone powyżej odpowiedzi, Zamawiający na podstawie art. 38 ust. 4 ustawy PZP zmienia cz. III SIWZ, pkt. IV Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia:

Dot. OPZ, pkt. I 1. Reklamy prasowe

Było: „Trzykrotne opublikowanie w prasie lokalnej reklam kampanii promocyjno - informacyjnej w wskazanych poniżej tytułach prasowych:

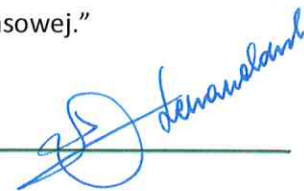
- a) Panorama Powiatu (tygodnik): „duża reklama” 25,5 x 35cm oraz „mała reklama” 25,5 x 17cm.
- b) Echo Tygodnia (tygodnik): „duża reklama” 19,8 x 16,2cm oraz „mała reklama” 19,8 x 8,1cm.
- c) Wiadomości Oławskie (tygodnik): „duża reklama” 14,4 x 19,8cm oraz „mała reklama” 14,4 x 9,9cm.
- d) Wrocławianin (miesięcznik): „duża reklama” 26 x 35cm oraz mała reklama” 26 na 16,7cm
- e) Słowo Regionu (tygodnik): „duża reklama” 33,6 x 24,7cm oraz „mała reklama” 16,7 x 24,7cm.

łącznie 15 reklam dużych oraz 15 reklam małych publikowanych w terminach zgodnych z harmonogramem kampanii.”

Jest: „Trzykrotne opublikowanie w prasie lokalnej reklam kampanii promocyjno - informacyjnej w wskazanych poniżej tytułach prasowych:

- a) Panorama Powiatu (tygodnik): „duża reklama” 25,5 x 35cm oraz „mała reklama” 25,5 x 17cm.
- b) Echo Tygodnia (tygodnik): „duża reklama” 19,8 x 16,2cm oraz „mała reklama” 19,8 x 8,1cm.
- c) Wiadomości Oławskie (tygodnik): „duża reklama” 25,8 cm x 34,5 cm oraz „mała reklama” 17 x 22,9 cm.
- d) Wrocławianin (miesięcznik): „duża reklama” 26 x 35cm oraz mała reklama” 26 na 16,7cm
- e) Słowo Regionu (tygodnik): „duża reklama” 33,6 x 24,7cm oraz „mała reklama” 16,7 x 24,7cm.

łącznie 15 reklam dużych oraz 15 reklam małych publikowanych w terminach zgodnych z harmonogramem kampanii. Reklama prasowa ma być kolorowa i ma być zamieszczona na stronach redakcyjnych. Zamawiający nie dopuszcza wybrania innych gazet do publikacji reklamy prasowej.”



Dot. OPZ, pkt. I 2. Reklamy internetowe

Było: „2.1.1. Dbillboard Serwisy I:

Emisja reklamy w/w kampanii w postaci: dbillboardu 750 x 200 dpi na poniżej wymienionych serwisach: forum.gazeta.pl/jelcz-laskowice; forum.gazeta.pl/olawa; forum.gazeta.pl/Strzelin; forum.gazeta.pl/brzeg; informacja.wroclaw.pl; city.wroc.info; kulturaonline.pl; prw.pl; radiatoram.pl; regional.pl; pik.wroclaw.pl; twojbrzeg.pl; oksodraopole.pl; 24opole.pl; opolegazeta.pl; wroclaw.gazeta.pl

Ilość: 350 000 odsłon z geotargetowaniem w okresie trwania kampanii rozłożone w miesiącach zgodnych z harmonogramem kampanii zawartym w strategii (reklama powinna być wyświetlana tylko użytkownikom posiadającym IP z gmin objętych zasięgiem kampanii).

2.1.2. Dbillboard Serwisy II:

Emisja reklamy kampanii w postaci: dbillboardu 750 x 200 dpi na poniżej wymienionych serwisach: Olawa.naszemiasto.pl; Jelcz-Laskowice.naszemiasto.pl; Strzelin.naszemiasto.pl; Siechnice.naszemiasto.pl; Ząbkowice.naszemiasto.pl

Ilość: 15 000 odsłon z geotargetowaniem każdorazowo w kolejnych miesiącach, zgodnych z harmonogramem kampanii zawartym w strategii (reklama powinna być wyświetlana tylko użytkownikom posiadającym IP z gmin objętych zasięgiem kampanii).

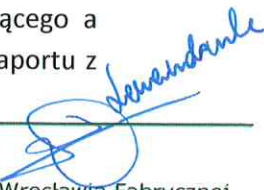
2.2. Google

Emisja reklamy w postaci kampanii graficznej (nie mniejsze niż: 300 x 250, 728 x 90 pik) w serwisie www.google.pl z geotargetowaniem. Reklama powinna wyświetlać się na stronach wyników wyszukiwania Serwisu Google oraz w obrębie sieci partnerskiej Google. Powinna to być reklama kontekstowa pojawiająca się po wpisaniu przez użytkownika odpowiednich słów kluczowych i tylko osobom, posiadającym IP gmin, objętych zasięgiem kampanii. Reklama powinna być emitowana zgodnie z harmonogramem kampanii.”

Jest: „2.1.1. Dbillboard Serwisy I:

Emisja reklamy w/w kampanii w postaci: dbillboardu 750 x 200 dpi na poniżej wymienionych serwisach: forum.gazeta.pl/jelcz-laskowice; forum.gazeta.pl/olawa; forum.gazeta.pl/Strzelin; forum.gazeta.pl/brzeg; informacja.wroclaw.pl; kulturaonline.pl; prw.pl; radiatoram.pl; regional.pl; pik.wroclaw.pl; twojbrzeg.pl; oksodraopole.pl; 24opole.pl; opolegazeta.pl; wroclaw.gazeta.pl

Ilość: 350 000 odsłon z geotargetowaniem w okresie trwania kampanii rozłożone w miesiącach zgodnych z harmonogramem kampanii zawartym w strategii (reklama powinna być wyświetlana tylko użytkownikom posiadającym IP z gmin objętych zasięgiem kampanii). Wykonawca winien dokonać równego podziału 350 000 odsłon pomiędzy portalami. Billboard ma być statyczny. Potwierdzeniem należytego wykonania tego zadania będzie akceptacja formy graficznej przez Zamawiającego a następnie realizacja właściwej ilości odsłon na serwisach – Zamawiający będzie wymagał raportu z tego działania.



2.1.2. Dbillboard Serwisy II:

Emisja reklamy kampanii w postaci: dbillboardu 750 x 200 dpi na poniżej wymienionych serwisach:
Olawa.naszemiasto.pl; Jelcz-Laskowice.naszemiasto.pl; Strzelin.naszemiasto.pl;
Siechnice.naszemiasto.pl; Ząbkowice.naszemiasto.pl

Ilość: 15 000 odsłon z geotargetowaniem każdorazowo w kolejnych miesiącach, zgodnych z harmonogramem kampanii zawartym w strategii (reklama powinna być wyświetlana tylko użytkownikom posiadającym IP z gmin objętych zasięgiem kampanii). Wykonawca winien dokonać równego podziału 15 000 odsłon pomiędzy portalami. Potwierdzeniem należytego wykonania tego zadania będzie akceptacja formy graficznej przez Zamawiającego a następnie realizacja właściwej ilości odsłon na serwisach – Zamawiający będzie wymagał raportu z tego działania.

2.2. Google

Emisja reklamy w postaci kampanii graficznej (nie mniejsze niż: 300 x 250, 728 x 90 pik) w serwisie www.google.pl z geotargetowaniem. Reklama powinna wyświetlać się na stronach wyników wyszukiwania Serwisu Google oraz w obrębie sieci partnerskiej Google. Powinna to być reklama kontekstowa pojawiająca się po wpisaniu przez użytkownika odpowiednich słów kluczowych i tylko osobom, posiadającym IP gmin, objętych zasięgiem kampanii. Reklama powinna być emitowana zgodnie z harmonogramem kampanii. Ilość odsłon: 3200. Słowa kluczowe związane z tematyką gospodarki odpadami zostaną ustalone z Zamawiającym podczas realizacji kampanii.”

Dot. OPZ, pkt. I 3. Konferencje prasowe

Było: „Organizacja konferencji prasowych. Powinny odbyć się one w wynajętej przez Wykonawcę sali na min 30 osób, na terenie gmin objętych strategią. W konferencji udział powinni wziąć zaproszeni przez organizatora goście, tj.: przedstawiciele ZGO Gać, samorządów lokalnych, organizacji pozarządowych oraz lokalnych mediów a także „zwykli” mieszkańcy. Konferencje powinny być poświęcone kampanii. W trakcie konferencji zostaną zaprezentowane między innymi: Big idea, cele kampanii, logo kampanii a także planowane i zrealizowane działania kampanii. Konferencje powinny być także okazją by zainteresować media (szczególnie lokalne) zarówno samą kampanią jak i ogólnie, tematyką związaną z gospodarką odpadami.

Wykonawca będzie odpowiedzialny za organizację konferencji, zaproszenie gości, stworzenie harmonogramu konferencji. Podczas konferencji powinny być rozdawane materiały informacyjno – promocyjne, takie jak: broszury, ulotki, plakaty, bawełniane torby, teczki papierowe, materiały dedykowane dla mediów. Czas trwania jednej konferencji powinien wynosić nie mniej niż jedną godzinę. W trakcie konferencji Wykonawca zapewni catering, który powinien składać się przynajmniej z napojów (kawa, herbata, woda, soki) oraz drobnego poczęstunku (ciastka, kanapki). Ilość jak i termin konferencji została zapisana w harmonogramie kampanii.”



Jest: „Organizacja konferencji prasowych. Powinny odbyć się one w wynajętej przez Wykonawcę Sali. Ilość zaproszonych na konferencję gości nie powinna być mniejsza niż 30 i nie powinna przekroczyć 40. W konferencji udział powinni wziąć zaproszeni przez organizatora goście, tj.: przedstawiciele ZGO Gać, samorządów lokalnych, organizacji pozarządowych oraz lokalnych mediów a także „zwykli” mieszkańcy. Konferencje powinny być poświęcone kampanii. W trakcie konferencji zostaną zaprezentowane między innymi: Big idea, cele kampanii, logo kampanii a także planowane i zrealizowane działania kampanii. Konferencje powinny być także okazją by zainteresować media (szczególnie lokalne) zarówno samą kampanią jak i ogólnie, tematyką związaną z gospodarką odpadami.

Wykonawca będzie odpowiedzialny za organizację konferencji, zaproszenie gości (listę przygotowaną przez Wykonawcę zatwierdzi Zamawiający), stworzenie harmonogramu konferencji oraz nagłośnienie. Podczas konferencji powinny być rozdawane materiały informacyjno – promocyjne, takie jak: broszury, ulotki, plakaty, bawełniane torby, teczki papierowe, materiały dedykowane dla mediów (broszury informacyjno-szkoleniowe z puli Broszury – pkt. VII 7. W OPZ). Czas trwania jednej konferencji powinien wynosić nie mniej niż jedną godzinę. W trakcie konferencji Wykonawca zapewni catering, który powinien składać się przynajmniej z napojów (kawa, herbata, woda, soki) oraz drobnego poczęstunku (ciastka, kanapki). Ilość jak i termin konferencji została zapisana w harmonogramie kampanii.”

Dot. OPZ, pkt. I 4. Projekt i produkcja dedykowanych pakietów materiałów promocyjnych

Było: „Stworzenie materiałów promocyjnych, które będą wykorzystywane podczas działań w ramach kampanii i będą kierowane do dziennikarzy oraz społeczności lokalnej. Jeden pakiet materiałów promocyjnych powinien zawierać:

- a) teksty 5 szt. min.: 5 tys. znaków związane z nowym prawem odpadowym, publikowane w prasie lokalnej.
- b) fotografie 20 szt. przedstawiające zagadnienia związane z gospodarką odpadami.

Wszelkie przekazywane materiały, zostaną przekazane Zamawiającemu w formie elektronicznej oraz będą mogły być w nieograniczony sposób modyfikowane i wykorzystywane do publikacji. Materiały mają na celu poszerzyć wiedzę dziennikarzy dotyczącą specyfiki gospodarki odpadowej i sytuacji panującej na terenie 14 gmin objętych kampanią.

Ponadto Wykonawca przygotowuje:

- c) 3 artykuły sponsorowane do prasy lokalnej min 4 tys. znaków każdy,
- d) teksty do broszury min. 4 tys. znaków,
- e) 2 artykuły sponsorowane do tygodnika Głos Nauczycielski/ miesięcznik Dyrektor Szkoły.”

Jest: „Stworzenie materiałów promocyjnych, które będą wykorzystywane podczas działań w ramach kampanii i będą kierowane do dziennikarzy oraz społeczności lokalnej. Jeden pakiet materiałów promocyjnych powinien zawierać:

a) teksty 5 szt. min.: 5 tys. znaków związane z nowym prawem odpadowym, publikowane w prasie lokalnej.

b) fotografie 20 szt. przedstawiające zagadnienia związane z gospodarką odpadami, które będą wykorzystywane przez media do artykułów.

Wszelkie przekazywane materiały, zostaną przekazane Zamawiającemu w formie elektronicznej oraz będą mogły być w nieograniczony sposób modyfikowane i wykorzystywane do publikacji. Materiały mają na celu poszerzyć wiedzę dziennikarzy dotyczącą specyfiki gospodarki odpadowej i sytuacji panującej na terenie 14 gmin objętych kampanią.

Ponadto Wykonawca przygotuje:

c) 3 artykuły sponsorowane do prasy lokalnej min 4 tys. znaków każdy,

d) teksty do broszury min. 4 tys. znaków,

e) 2 artykuły sponsorowane do tygodnika Głos Nauczycielski/ miesięcznik Dyrektor Szkoły (po 1 artykule w każdym z tytułów)

Wyżej wymienione artykuły powinny zawierać co najmniej 4000 znaków, być kolorowe i zamieszczone na stronach redakcyjnych.”

Dot. OPZ, pkt. I 6. Artykuły sponsorowane w prasie lokalnej

Było: „Publikacja w prasie lokalnej 3 artykułów sponsorowanych dotyczących kampanii we wskazanych poniżej tytułach prasowych:

a) Panorama Powiatu (tygodnik): 4 tys. znaków wraz z grafiką (zdjęcie, logo), min.: ½ strony.

b) Echo Tygodnia (tygodnik): 4 tys. znaków wraz z grafiką (zdjęcie, logo), min.: ½ strony.

c) Wiadomości Oławskie (tygodnik): 4 tys. znaków wraz z grafiką (zdjęcie, logo), min.: ½ strony.

d) Wrocławianin (miesięcznik): 4 tys. znaków wraz z grafiką (zdjęcie, logo), min.: ½ strony.

e) Słowo Regionu (tygodnik): 4 tys. znaków wraz z grafiką (zdjęcie, logo), min.: ½ strony.

Łącznie 15 artykułów sponsorowanych w terminach zgodnych z harmonogramem zawartym w strategii.”

Jest: „Publikacja w prasie lokalnej 3 artykułów sponsorowanych dotyczących kampanii we wskazanych poniżej tytułach prasowych:

a) Panorama Powiatu (tygodnik): 4 tys. znaków wraz z grafiką (zdjęcie, logo), min.: ½ strony.

b) Echo Tygodnia (tygodnik): 4 tys. znaków wraz z grafiką (zdjęcie, logo), min.: ½ strony.

c) Wiadomości Oławskie (tygodnik): 4 tys. znaków wraz z grafiką (zdjęcie, logo), min.: ½ strony.

d) Wrocławianin (miesięcznik): 4 tys. znaków wraz z grafiką (zdjęcie, logo), min.: ½ strony.

e) Słowo Regionu (tygodnik): 4 tys. znaków wraz z grafiką (zdjęcie, logo), min.: ½ strony.

Łącznie 15 artykułów sponsorowanych w terminach zgodnych z harmonogramem zawartym w strategii. Artykuły powinny być kolorowe, powinny być zamieszczone na stronach redakcyjnych a ich napisanie leży po stronie Wykonawcy.”



Dot. OPZ, pkt. II 1. Eventy

Było: „Lokalne festiwale ekologiczne – „*dziękujemy zaangażowanym*”, o których mowa w strategii stanowiącej załącznik do SIWZ. Zorganizowanie konkursu i wybór 14 wykonawców (po 1 z każdej gminy), którzy przeprowadzą 14 lokalnych eventów w ramach realizacji Strategii kampanii informacyjno-promocyjnej „System gospodarki odpadami Ślęza-Oława” (1 Wykonawca = 1 konkurs). Konkurs będą przeprowadzone na podstawie regulaminu zaakceptowanego przez Zamawiającego. Wnioskodawca biorący udział w konkursie na organizację eventu w danej gminie, opíše wydarzenie w formie „Małego projektu” oceniany na podstawie niżej wymienionych kryteriów. Event ma się odbyć na terenie gminy, w której znajduje się siedziba danego Wnioskodawcy. Ważne jest, ażeby „wpisywał się” w pewne lokalne wydarzenie odbywające się cyklicznie na terenie tej gminy i organizowane przez jej władze – **Załącznik nr 3 do OPZ** – Wykaz imprez organizowanych w gminach. W przypadku braku wyboru podmiotu z danej gminy, Wykonawca strategii sam zorganizuje event w tej miejscowości.

Kryteria wyboru projektów :

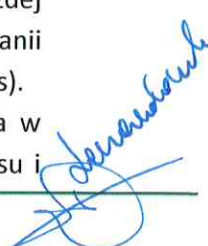
- a) innowacyjność i różnorodność zastosowanych form przekazu
- b) zasięg wydarzenia /ilość uczestników
- c) zakres zaangażowania lokalnych partnerów
- d) skuteczność i efektywność kosztowa form przekazu
- e) kontynuacja działań po zakończeniu
- f) budżet wydarzenia

Najlepsze projekty, po 1 z każdej gminy, otrzymają kwotę do 5000 zł brutto za jego realizację. Każdy z Wykonawców festiwali umieści informację o kampanii oraz o wydarzeniu na swoich stronach internetowych jeśli ją posiada oraz na stronie gminy. Organizatorzy eventu otrzymają również kupon o wartości 1000,00 zł na zakupy za organizację festiwalu.

Dodatkowo na każdym zorganizowanym wydarzeniu będzie utworzone stoisko (ścianka oraz namiot/nagłośnienie) pełniące funkcję informacyjną i promującą kampanię. Stoisko będzie obsługiwane przez pracownika ZGO Gać, który udzielałby mieszkańcom informacji, porad i pomocy dotyczącej segregacji i selektywnej zbiórki oraz idei kampanii. Zaangażowanym uczestnikom eventu (mieszkańcom danej gminy) będą wręczane ekologiczne zabawki - drewniane jojo.

Zadanie zostanie wykonane zgodnie z harmonogramem zawartym w strategii.”

Jest: „Lokalne festiwale ekologiczne – „*dziękujemy zaangażowanym*”, o których mowa w strategii stanowiącej załącznik do SIWZ. Zorganizowanie konkursu i wybór 14 wykonawców (po 1 z każdej gminy), którzy przeprowadzą 14 lokalnych eventów w ramach realizacji Strategii kampanii informacyjno-promocyjnej „System gospodarki odpadami Ślęza-Oława” (1 Wykonawca = 1 konkurs). Wykonawców eventów wybierze, uwzględniając kryteria wyboru zawarte poniżej, Wykonawca w konsultacji z Zamawiającym. Wykonawca stworzy zasady konkursu oraz zaproszenia do konkursu i





dostarczy je do potencjalnych wnioskodawców drogą poczty tradycyjnej a także poinformuje wnioskodawców o konkursie za pomocą plakatów rozwieszonych w centralnych punktach gminy. Wykonawca przygotuje projekt takiego zaproszenia oraz plakatu. Plakaty winny być z puli Plakaty do konkursu na eventy „Dziękujemy zaangażowanym”, pkt. VII 20. Stworzenie listy osób (organizacji) zaproszonych do konkursu leży po stronie Wykonawcy. Zamawiający zatwierdzi przygotowaną przez Wykonawcę listę. Wygrany wnioskodawca ma zorganizować event w kwocie 5000zł. Kupon o wartości 1000,00zł na zakupy w sklepie rtv/agd jest formą nagrody dla wnioskodawcy za wygranie konkursu i organizację eventu. Ulotki mają być dostarczone do wygranego wnioskodawcy, aby mógł je rozdawać podczas eventu. Nagroda 1000zł ma być przyznana 14 wygranym wnioskodawcom (organizacjom), po 1 w każdej gminie, które obejmuje Projekt „System gospodarki odpadami Ślęza-Oława, czyli łącznie 14 nagród po 1000zł dla wnioskodawcy z każdej gminy. Nagroda ma na celu zmotywować potencjalnych wnioskodawców do zorganizowania ww. eventu. Koszty ponoszone przez Zamawiającego podczas organizacji eventu to wynagrodzenie dla osoby z ZGO udzielającej informacji na stoisku podczas eventu.

Konkurs będą przeprowadzone na podstawie regulaminu zaakceptowanego przez Zamawiającego. Wnioskodawca biorący udział w konkursie na organizację eventu w danej gminie, opisz wydarzenie w formie „Małego projektu” oceniany na podstawie niżej wymienionych kryteriów. Event ma się odbyć na terenie gminy, w której znajduje się siedziba danego Wnioskodawcy. Ważne jest, ażeby „wpisywał się” w pewne lokalne wydarzenie odbywające się cyklicznie na terenie tej gminy i organizowane przez jej władze – **Załącznik nr 3 do OPZ** – Wykaz imprez organizowanych w gminach. W przypadku braku wyboru podmiotu z danej gminy, Wykonawca strategii sam zorganizuje event w tej miejscowości.

Kryteria wyboru projektów :

- a) innowacyjność i różnorodność zastosowanych form przekazu
- b) zasięg wydarzenia /ilość uczestników
- c) zakres zaangażowania lokalnych partnerów
- d) skuteczność i efektywność kosztowa form przekazu
- e) kontynuacja działań po zakończeniu
- f) budżet wydarzenia

Najlepsze projekty, po 1 z każdej gminy, otrzymają kwotę do 5000 zł brutto za jego realizację. Każdy z Wykonawców festiwalu umieści informację o kampanii oraz o wydarzeniu na swoich stronach internetowych jeśli ją posiada oraz na stronie gminy. Organizatorzy eventu otrzymają również kupon o wartości 1000,00 zł na zakupy za organizację festiwalu.

Dodatkowo na każdym zorganizowanym wydarzeniu będzie utworzone stoisko (ścianka oraz namiot/nagłośnienie) pełniące funkcję informacyjną i promującą kampanię. Stoisko będzie obsługiwane przez pracownika ZGO Gać, który udzielałby mieszkańcom informacji, porad i pomocy dotyczącej segregacji i selektywnej zbiórki oraz idei kampanii. Zaangażowanym uczestnikom eventu (mieszkańcom danej

Wersja końcowa



gminy) będą wręczane ekologiczne zabawki - drewniane jojo. Określenie kryterium otrzymania jojo przez mieszkańców leży po stronie wygranego wnioskodawcy, organizatora danego eventu. Te gadżety będą do jego dyspozycji, jako np. nagroda w konkursie dla dzieci. Sposób wykorzystania dostarczonych przez Zamawiającego gadżetów zależy od danego wnioskodawcy i stworzonego przez niego scenariusza danego eventu.

Zadanie zostanie wykonane zgodnie z harmonogramem zawartym w strategii."

Dot. OPZ, pkt. II 2. Spotkania informacyjno-szkoleniowe

Było: „Wykonawca zadania zorganizuje po 3 spotkania w 14 gminach – max. 1h, łącznie 42 spotkania. Spotkania organizowane dla mieszkańców gmin, podczas których specjalista z zakresu gospodarki odpadami (pracownik ZGO) będzie szkolił mieszkańców jak poprawnie segregować odpady. Wykonawca zadania będzie odpowiedzialny za wynajem sali/ świetlicy oraz catering dla uczestników spotkań (kawa, herbata, ciastka). Na szkoleniu rozdawane będą broszury informacyjne oraz torby ekologiczne bawełniane torby na zakupy.”

Jest: „Wykonawca zadania zorganizuje po 3 spotkania w 14 gminach – max.1 h, łącznie 42 spotkania, dla liczby osób nie mniejszej niż 30 i nie większej niż 50 na każdym spotkaniu. Spotkania organizowane dla mieszkańców gmin, podczas których specjalista z zakresu gospodarki odpadami (pracownik ZGO) będzie szkolił mieszkańców jak poprawnie segregować odpady. Wykonawca zadania będzie odpowiedzialny za wynajem sali/ świetlicy oraz catering dla uczestników spotkań (kawa, herbata, ciastka). Na szkoleniu rozdawane będą broszury informacyjne oraz torby ekologiczne bawełniane torby na zakupy. Torby powinny pochodzić z puli opisane w cz. VII pkt. 3 w OPZ. Koszty wynajmu Sali/świetlicy leżą po stronie Wykonawcy”

Dot. OPZ, pkt. III 2. Strona internetowa kampanii

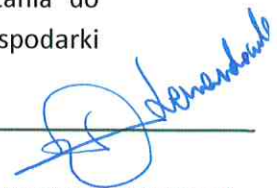
Było: „Przedmiotem zamówienia jest usługa polegająca na opracowaniu, uruchomieniu oraz bieżącym utrzymaniu i prowadzeniu przez wskazany poniżej, okres specjalnego serwisu internetowego, stanowiącego oficjalną stronę WWW kampanii informacyjno-promocyjnej: „System gospodarki odpadami Śląza-Oława”.

Do obowiązków Wykonawcy należeć będzie:

- 1) Opracowanie serwisu (Ogólny opis zawarty jest w ppkt 5) poniżej
- 2) Postawienie (uruchomienie) serwisu
- 3) Prowadzenie serwisu przez okres 16 miesięcy: zawiera stałe, interaktywne zdobywanie, redagowanie materiałów i kontakt z internautami. Serwis ma być interaktywny, na bieżąco powinny być publikowane nowe teksty. Do bieżących zadań Wykonawcy przy prowadzeniu w/w serwisu należeć będzie m.in.:
 - a) bieżące redagowanie materiałów znajdujących się na serwisie kampanii,
 - b) stałego kontaktu ze specjalistami również z ministerstwem ochrony Środowiska i publikacja tekstów na stronie.
 - c) śledzenia bieżących zmian i wydarzeń w dziedzinie gospodarki odpadami

4) Serwis powinien zawierać co najmniej następujące elementy:

- a) Interaktywną mapę z obszaru gmin objętych strategią pozbycia się różnego rodzaju odpadów. Po kliknięciu na dany obszar mapy, zostanie on powiększony. Najmniejszym możliwym do powiększenia elementem mapy będzie obszar miasta /gminy; na mapie znajdą się ikony z miejscami gdzie na danym terenie można pozbyć się różnego rodzaju odpadów tj. bio, szkło, papier, pet, sprzęt AGD, meble, metal, gruz, szkodliwe itp. Poniżej mapy powinny znaleźć się informacje o każdym z miejsc zaznaczonych na mapie. Informacje te powinny zawierać przynajmniej: dane teleadresowe, funkcjonalność itp. przez 18 miesięcy musi być możliwość modyfikowania danych (dodawania, zmiany itp), Dane należy modyfikować co miesiąc; należy poszukiwać i zamieszczać informacje np. z urzędów gmin o akcjach jednorazowych zbiórki odpadów w danej gminie; o nielegalnych wysypiskach. Na podstawie zdobytych i nadsyłanych informacji (od osób zainteresowanych tematyką ochrony środowiska) na mapie zamieszczane będą ikony ze zdjęciami nielegalnych wysypisk. Klikając na ikonę ze zdjęciem otworzy się krótka informacja, gdzie znajduje się wysypisko.
- b) Sekcję materiałów video (których wykonanie należy do obowiązków Wykonawcy) Wykonawca przygotuje i zamieści w serwisie kampanii min. 10 materiałów video, zawierających m.in. relacje z różnych imprez/wydarzeń związanych z kampanią np. festiwale recyklingu;
- c) Sekcję związaną z informowaniem o kampanii zawierającą co najmniej: podstawowe informacje związane z gospodarką odpadami, z nowymi przepisami prawnymi, z nowymi możliwościami, z korzyściami, informacje o obalaniu stereotypów np. palenie śmieci w domu itp., informacje oraz relacje/ foto relacje ze szkoleń, konferencji, (min.: 5 miesięcznie) prowadzonych w ramach kampanii, relacje z festiwalu recyklingu w różnych miastach oraz innych wydarzeń które będą się odbywały w trakcie trwania umowy;
- d) Sekcję gminną (należy utrzymywać stały kontakt z urzędami gmin); należy zbierać i redagować materiały związane z gospodarką odpadami; należy założyć kontakt ze wszystkimi gminami z obszaru objętego kampanią oraz innymi jednostkami samorządowymi np. związki miast i gmin;
- e) Formułę open data - w tej formule należy założyć pozyskiwanie informacji związanych z danymi dotyczącymi gospodarki odpadami na Dolnym Śląsku i ich przetwarzanie w atrakcyjnej czytelniczo formie i grafice;
- f) Sekcję konkursów i sondaży (przewidujemy przeprowadzenie co miesiąc konkursów/sondaży - min. 1 miesięcznie, naprzemiennie), które angażują internautów - np. na najciekawszy przepis eko, działanie ekologiczne, pomysł ponownego użycia, rysunek dla dzieci).
- g) Sekcję ekspercką – w serwisie zostanie zamieszczona zakładka pt. np. "pytania do eksperta". Wykonawca zagwarantuje udział w projekcie eksperta z dziedziny gospodarki odpadami, który będzie odpowiadał na pytania użytkowników serwisu,





- h) Sekcję materiałów i zdjęć od redakcji; pozyskiwanie zdjęć i tekstów redakcyjnych od mediów (zakładamy min. 15 zdjęć - do oszacowania ceny oferty należy założyć koszt zakupu licencji na zdjęcie oraz praw autorskich do tekstów); przewidujemy przyjmujemy 20 - 40 tekstów z mediów na temat gospodarki odpadami.
- i) sekcję dotyczące konkursu Zielony Las, bieżące informacje na temat konkursu oraz działań w szkołach.

5) Jako efekt rzeczowy realizacji zadania przyjmuje się ilość wejść na stronę internetową. Minimalna ilość to 5 000 użytkowników. Osiągnięcie tego wyniku jest równoznaczne z prawidłowym i należyтым wykonaniem zadania.

Zadanie zostanie wykonane zgodnie z harmonogramem kampanii zawartym w strategii.

Do obowiązków Zamawiającego należeć będzie wykupienie domeny."

Jest: „Przedmiotem zamówienia jest usługa polegająca na opracowaniu, uruchomieniu oraz bieżącym utrzymaniu i prowadzeniu przez wskazany poniżej, okres specjalnego serwisu internetowego, stanowiącego oficjalną stronę WWW kampanii informacyjno-promocyjnej: „System gospodarki odpadami Ślęza-Oława”. Wykonawca powinien uruchomić i utrzymywać serwis na własnych lub wykupionych przez siebie serwerach.

Do obowiązków Wykonawcy należeć będzie:

- 1) Opracowanie serwisu (Ogólny opis zawarty jest w ppkt 5) poniżej
- 2) Postawienie (uruchomienie) serwisu
- 3) Prowadzenie serwisu przez okres 16 miesięcy: zawiera stałe, interaktywne zdobywanie, redagowanie materiałów i kontakt z internautami. Serwis ma być interaktywny, na bieżąco powinny być publikowane nowe teksty. Do bieżących zadań Wykonawcy przy prowadzeniu w/w serwisu należeć będzie m.in.:
 - a) bieżące redagowanie materiałów znajdujących się na serwisie kampanii,
 - b) stałego kontaktu ze specjalistami również z ministerstwem ochrony Środowiska i publikacja tekstów na stronie.
 - c) śledzenia bieżących zmian i wydarzeń w dziedzinie gospodarki odpadami
- 4) Serwis powinien zawierać co najmniej następujące elementy:
 - a) Interaktywną mapę z obszaru gmin objętych strategią pozbycia się różnego rodzaju odpadów. Po kliknięciu na dany obszar mapy, zostanie on powiększony. Najmniejszym możliwym do powiększenia elementem mapy będzie obszar miasta /gminy; na mapie znajdują się ikony z miejscami gdzie na danym terenie można pozbyć się różnego rodzaju odpadów tj. bio, szkło, papier, pet, sprzęt AGD, meble, metal, gruz, szkodliwe itp. Poniżej mapy powinny znaleźć się informacje o każdym z miejsc zaznaczonych na mapie. Informacje te powinny zawierać przynajmniej: dane teleadresowe, funkcjonalność itp), przez 18 miesięcy musi być możliwość modyfikowania danych (dodawania, zmiany itp), Dane należy modyfikować co 3 miesiące; należy poszukiwać i zamieszczać informacje np. z urzędów gmin o akcjach jednorazowych zbiórki odpadów w danej gminie.

Administracja

- b) Sekcję materiałów video (których wykonanie należy do obowiązków Wykonawcy) Wykonawca przygotuje i zamieści w serwisie kampanii min. 10 materiałów video, zawierających m.in. relacje z różnych imprez/wydarzeń związanych z kampanią np. festiwalu recyklingu;
- c) Sekcję związaną z informowaniem o kampanii zawierającą co najmniej: podstawowe informacje związane z gospodarką odpadami, z nowymi przepisami prawnymi, z nowymi możliwościami, z korzyściami, informacje o obalaniu stereotypów np. palenie śmieci w domu itp., informacje oraz relacje/ foto relacje ze szkoleń, konferencji, (min.: 5 miesięcznie) prowadzonych w ramach kampanii, relacje z festiwalu recyklingu w różnych miastach oraz innych wydarzeń które będą się odbywały w trakcie trwania umowy;
- d) Sekcję gminną (należy utrzymywać stały kontakt z urzędami gmin); należy zbierać i redagować materiały związane z gospodarką odpadami; należy założyć kontakt ze wszystkimi gminami z obszaru objętego kampanią oraz innymi jednostkami samorządowymi np. związki miast i gmin;
- e) Formułę open data - w tej formule należy założyć pozyskiwanie informacji związanych z danymi dotyczącymi gospodarki odpadami na Dolnym Śląsku i ich przetwarzanie w atrakcyjnej czytelniczo formie i grafice;
- f) Sekcję konkursów i sondaży (przewidujemy przeprowadzenie co miesiąc konkursów/sondaży - min. 1 miesięcznie, naprzemiennie), które angażują internautów - np. na najciekawszy przepis eko, działanie ekologiczne, pomysł ponownego użycia, rysunek dla dzieci).
- g) Sekcję ekspercką – w serwisie zostanie zamieszczona zakładka pt. np. "pytania do eksperta". Wykonawca zagwarantuje udział w projekcie eksperta z dziedziny gospodarki odpadami, który będzie odpowiadał na pytania użytkowników serwisu,
- h) Sekcję materiałów i zdjęć od redakcji; pozyskiwanie zdjęć i tekstów redakcyjnych od mediów (zakładamy min. 15 zdjęć - do oszacowania ceny oferty należy założyć koszt zakupu licencji na zdjęcie oraz praw autorskich do tekstów); przewidujemy przyjąć min. 20 - 40 tekstów z mediów na temat gospodarki odpadami.
- i) sekcję dotyczące konkursu Zielony Las, bieżące informacje na temat konkursu oraz działań w szkołach.

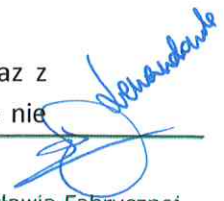
5) Jako efekt rzeczowy realizacji zadania przyjmuje się ilość wejść na stronę internetową. Minimalna ilość to 5 000 użytkowników. Osiągnięcie tego wyniku jest równoznaczne z prawidłowym i należyтым wykonaniem zadania.

Zadanie zostanie wykonane zgodnie z harmonogramem kampanii zawartym w strategii.

Do obowiązków Zamawiającego należeć będzie wykupienie domeny."

Dot. OPZ, pkt. IV 1. Ulotki

Było: „Wykonawca będzie odpowiedzialny za kolportaż ulotki wizerunkowo-informacyjnej wraz z magnesem na lodówkę w kopercie formatu C5, wykonanej z papieru offsetowego o gramaturze nie





mniejszej niż 75g/m² i nie większej niż 90g/m² z nadrukiem offsetowym, z godnym z systemem identyfikacji wizualnej kampanii do wszystkich gospodarstw domowych znajdujących się na terenie 14 gmin - 70 000 sztuk. Waga 10-30 g jednej paczki. Wysyłka zgodnie z harmonogramem kampanii."

Jest: „Wykonawca będzie odpowiedzialny za kolportaż drogą poczty tradycyjnej (list zwykły) ulotki wizerunkowo-informacyjnej wraz z magnesem na lodówkę w kopercie formatu C5, wykonanej z papieru offsetowego o gramaturze nie mniejszej niż 75g/m² i nie większej niż 90g/m² z nadrukiem offsetowym, z godnym z systemem identyfikacji wizualnej kampanii do wszystkich gospodarstw domowych znajdujących się na terenie 14 gmin - 70 000 sztuk. Waga 10-30 g jednej paczki. Wysyłka zgodnie z harmonogramem kampanii. Potwierdzeniem należytego wykonania zadania będzie lista z poczty potwierdzająca nadanie przesyłek. Przygotowanie listy odbiorców przygotuje Wykonawca – mają to być wszystkie gospodarstwa domowe z wszystkich 14 gmin objętych zasięgiem kampanii. W przypadku listów nieodebranych lub nieaktualnych adresów poczta będzie zwracała korespondencję na adres ZGO.”

Dot. OPZ, pkt. IV 2. List

Było: „Kolportaż listów oraz torby bawełnianej w kopercie formatu C4 - wykonanej z białego papieru offsetowego o gramaturze nie mniejszej niż 75g/m². i nie większej niż 90g/m², z okienkiem i nadrukiem offsetowym, zgodnym z systemem identyfikacji wizualnej kampanii do wszystkich gospodarstw domowych z obszaru 14 gmin objętych kampanią – 70 000 szt., waga 50 - 100g jednej paczki. Wysyłka zgodnie z harmonogramem kampanii.

Wykonawca jest zobowiązany do bieżącego monitorowania usługi „direct marketing” przez podwykonawcę (w formie raportów), a w szczególności do ewidencji ilości przekazanych przesyłek i zwrotu Zamawiającemu ich nadwyżki.”

Jest: „Kolportaż listów oraz torby bawełnianej, drogą poczty tradycyjnej (list zwykły), w kopercie formatu C4 - wykonanej z białego papieru offsetowego o gramaturze nie mniejszej niż 75g/m². i nie większej niż 90g/m², z okienkiem i nadrukiem offsetowym, zgodnym z systemem identyfikacji wizualnej kampanii do wszystkich gospodarstw domowych z obszaru 14 gmin objętych kampanią – 70 000 szt., waga 50 - 100g jednej paczki. Wysyłka zgodnie z harmonogramem kampanii.

Wykonawca jest zobowiązany do bieżącego monitorowania usługi „direct marketing” przez podwykonawcę (w formie raportów), a w szczególności do ewidencji ilości przekazanych przesyłek i zwrotu Zamawiającemu ich nadwyżki. Potwierdzeniem należytego wykonania zadania będzie lista z poczty potwierdzająca nadanie przesyłek. Przygotowanie listy odbiorców przygotuje Wykonawca – mają to być wszystkie gospodarstwa domowe z wszystkich 14 gmin objętych zasięgiem kampanii. W przypadku listów nieodebranych lub nieaktualnych adresów poczta będzie zwracała korespondencję na adres ZGO.”

Dot. OPZ, pkt. V Konkurs Zielony Las

Było: „Możliwy czas uczestnictwa w konkursie: wrzesień 2013-czerwiec 2014 (uroczyste zamknięcie/finał konkursu wraz z ogłoszeniem wyników odbędzie się we wrześniu 2014 w Ratuszu Miejskim w Brzegu - Sala Rycerska). Celem konkursu jest rozpowszechnianie i wdrażanie przedsięwzięć ekologicznej gospodarki odpadami oraz promowanie edukacji ekologicznej. W konkursie mogą wziąć udział przedszkola, podstawówki i gimnazja znajdujące się na terenie gmin objętych zakresem kampanii (które zadeklarowały chęć wzięcia w nim udziału). W ramach konkursu prowadzona będzie selektywna zbiórka surowców wtórnych: baterii, puszek, makulatury oraz butelek PET. Konkurencja będzie odbywała się na kilku poziomach: pomiędzy dziećmi, pomiędzy klasami i pomiędzy szkołami w gminach. Zebrane w szkołach surowce będą przekazane do ZGO Gać, celem poddania ich procedurom recyklingu. W szkołach będzie prowadzona ewidencja zebranego surowca (ilości/objętości/masy oraz rodzaju) w kontekście rywalizujących ze sobą klas i uczniów, natomiast ewidencji surowca zgromadzonego przez całe szkoły dokonuje ZGO Gać (każdorazowo po jego otrzymaniu) biorąc pod uwagę stosunek ilości uzyskanego surowca do ilości uczniów w szkole. Na podstawie zebranego surowca będzie tworzona punktowa lista rankingowa (np. 100kg makulatury - 100 punktów). Dodatkowo, w ramach konkursu, rekomendowane jest nawiązanie współpracy przez szkoły znajdujące się na terytorium różnych gmin: wspólne za zorganizowanie wydarzenia promującego selektywną zbiórkę odpadów - organizacja takich eventów będzie dodatkową kategorią, w której przyznawane będą punkty do rankingu (jury będą stanowić pracownicy ZGO Gać oraz dyrektorzy szkół biorących udział w konkursie - nie mogący głosować na szkołę swoją oraz szkołę z którą odbyła się współpraca).”

Jest: „Możliwy czas uczestnictwa w konkursie: wrzesień 2013-czerwiec 2014 (uroczyste zamknięcie/finał konkursu wraz z ogłoszeniem wyników odbędzie się we wrześniu 2014 w Ratuszu Miejskim w Brzegu - Sala Rycerska). Koszt Wynajęcia Sali Rycerskiej leży po stronie Wykonawcy. Konkurs „Zielony Las” prowadzony jest w szkołach z regionu objętego Projektem już od kilku lat, w związku z tym deklaracje uczestnictwa szkół są już w ZGO. Surowce będą odbierane ze szkół na koszt ZGO. Surowce zbierane będą w workach i kartonach dostarczonych do szkół przez ZGO. Szkoła publiczna jako jednostka budżetowa jest podmiotowo zwolniona od podatku dochodowego. Wynika to z art. 6 ust. 1 pkt 3 ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych, a w związku z tym nie jest zobowiązana do zapłaty podatku od otrzymanych nagród. Celem konkursu jest rozpowszechnianie i wdrażanie przedsięwzięć ekologicznej gospodarki odpadami oraz promowanie edukacji ekologicznej. W konkursie mogą wziąć udział przedszkola, podstawówki i gimnazja znajdujące się na terenie gmin objętych zakresem kampanii (które zadeklarowały chęć wzięcia w nim udziału). W ramach konkursu prowadzona będzie selektywna zbiórka surowców wtórnych: baterii, puszek, makulatury oraz butelek PET. Konkurencja będzie odbywała się na kilku poziomach: pomiędzy dziećmi, pomiędzy klasami i pomiędzy szkołami w gminach. Zebrane w szkołach surowce będą przekazane do ZGO Gać, celem poddania ich procedurom recyklingu. W szkołach będzie prowadzona ewidencja zebranego surowca (ilości/objętości/masy oraz rodzaju) w kontekście rywalizujących ze sobą klas i uczniów, natomiast

Stępanowski



ewidencji surowca zgromadzonego przez całe szkoły dokonuje ZGO Gać (każdorazowo po jego otrzymaniu) biorąc pod uwagę stosunek ilości uzyskanego surowca do ilości uczniów w szkole. Na podstawie zebranego surowca będzie tworzona punktowa lista rankingowa (np. 100kg makulatury - 100 punktów). Dodatkowo, w ramach konkursu, rekomendowane jest nawiązanie współpracy przez szkoły znajdujące się na terytorium różnych gmin: wspólne za zorganizowanie wydarzenia promującego selektywną zbiórkę odpadów - organizacja takich eventów będzie dodatkową kategorią, w której przyznawane będą punkty do rankingu (jury będą stanowić pracownicy ZGO Gać oraz dyrektorzy szkół biorących udział w konkursie - nie mogący głosować na szkołę swoją oraz szkołę z którą odbyła się współpraca).”

Dot. OPZ, pkt. V 1. Nagrody w konkursie

Było: „1.1 Tablety - dla zwycięskiej szkoły 30 tabletów multimedialnych:

Przekątna ekranu nie mniejsza niż 7'; procesor min.: 4 rdzeniowy, o częstotliwości taktowania 1.2 GHz; pamięć operacyjna nie mniejsza niż 1024 MB DDR3; pamięć wbudowana nie mniejsza niż 16GB; wbudowany moduł GPS.

1. 2. Dla zwycięskiej klasy dwudniowa wycieczka do Pragi:

1 DZIEŃ:

Wyjazd z okolic Oławy o godz. 7.00. Przejazd do Pragi. Obiad. Zwiedzanie miasta: Hradczany, w tym m.in. Zamek Praski, Katedra Św. Wita. Przejście na Małą Stranę. Zakwaterowanie. Kolacja. Nocleg.

2 DZIEŃ:

Po śniadaniu przejazd do centrum miasta i zwiedzanie: Mala Strana, Wyspa Kampa, Most Karola. Pieszny spacer po Starym Mieście, w tym m.in. rynek starego miasta z kościołem Tyńskim, Wieża Ratuszowa z zegarem Orloj, Josef. Obiad i dalsze zwiedzanie: Plac św. Wacława, Wieża Prochowa, Dom Miejski. Obiad. W godzinach popołudniowych wyjazd z Pragi. Przyjazd do domu ok. godz. 21.00-22.00.

Świadczenia:

- * Zakwaterowanie: 1 nocleg w hotelu w Pradze (pokoje 2, 3-osobowe z łazienkami)
- * Wyżywienia: 1 śniadanie, 2 obiady, 1 kolacja
- * Przejazd: autokarem (barek , video , wc)
- * Opieka pilota - przewodnika
- * Ubezpieczenie KL (do 10000 euro) i NNW

Wycieczka do Pragi: Kolejność zwiedzania może ulec zmianie. Szczegółowy program ustala pilot. Pilot oprowadza wewnątrz obiektów i po muzeach. Bilety wstępów do zwiedzanych obiektów oraz na komunikację miejską w cenie (ok. 350 Kč/os.).

1. 3. Dla zwycięzców w kategorii indywidualnej

1 miejsce: Ultrabook o następujących parametrach:

Procesor: min.: 2 rdzenie, od 2.10 GHz do 2.60 GHz, 1 MB cache)

Zainstalowana ilość pamięci RAM: nie mniej niż 8192 MB (SO-DIMM DDR3, 1600 MHz)

Demianowski



Dysk twardy: nie mniejszy niż 500 GB
Wbudowane napędy optyczne: nagrywarka DVD+/-RW DualLayer
Przekątna ekranu: nie mniejsza niż 13,3"
Wielkość pamięci karty graficznej: nie mniejsza niż 1024 MB GDDR3 (pamięć własna)
2 miejsce: Konsola do gier z kamera interaktywną i kontrolerem ruchu – 1 zestaw.
Konsola do gier – 1 sztuka
Wyjście audio: LPCM 7,1ch, Dolby Digital Plus, Dolby TrueHD, DTS, DTS-HD, AAC.
Pamięć: 125 MB Main RAM, 256 MB VRAM.
Dysk Twardy 2,5' Serial ATA: 120 GB.
Wejścia/ wyjścia 2x Hi Speer USB (USB 2.0)
Kontroler: Kontroler bezprzewodowy (Bluetooth)
Napęd BD/DVD/CD (tylko do odczytu) Maksymalna prędkość odczytu: BD x 2 (BD-POM); DVD x8 (DVD-ROM); CD x24 (CD-ROM).
Zasilanie: 220-240 V AC, 50/60 Hz.
Wymiary zewnętrzne (bez wystającej części); 290 x 65 x 290 mm (szerokość x wysokość x długość).
Dedykowany, bezprzewodowy kontroler ruchu do konsoli – 1 szt.
Rodzaj akumulatora: wbudowany, litowo-jonowy.
Pojemność akumulatora: min. 610 mAh.
Waga: 180g.
Kamera interaktywna dedykowana do konsoli – 1 szt.
Interfejs: USB 2.0
Zużycie prądu; 5V prąd stały, maks. 500 mA
Wymiary (przybliżone): 84 x 67 x 57 mm
Waga (przybliżona): 173 g
Długość kabla (przybliżona): 2 metry
3 miejsce: Tablet o następujących parametrach:
Przekątna ekranu nie mniejsza niż 7'; procesor min.: 4 rdzeniowy, o częstotliwości taktowania min.: 1.2 GHz; pamięć operacyjna nie mniejsza niż 1024 MB DDR3; pamięć wbudowana nie mniejsza niż 16GB; wbudowany moduł GPS."

Jest: „1.1 Tablety - dla zwycięskiej szkoły 30 tabletów multimedialnych:

Przekątna ekranu nie mniejsza niż 7'; procesor min.: 4 rdzeniowy, o częstotliwości taktowania 1.2 GHz; pamięć operacyjna nie mniejsza niż 1024 MB DDR3; pamięć wbudowana nie mniejsza niż 16GB; wbudowany moduł GPS.

1. 2. Dla zwycięskiej klasy dwudniowa wycieczka do Pragi:

1 DZIEŃ:

Wyjazd z okolic Oławy o godz. 7.00. Przejazd do Pragi. Obiad. Zwiedzanie miasta: Hradczany, w tym m.in. Zamek Praski, Katedra Św. Wita. Przejście na Małą Stranę. Zakwaterowanie. Kolacja. Nocleg.

2 DZIEŃ:

Po śniadaniu przejazd do centrum miasta i zwiedzanie: Mała Strana, Wyspa Kampa, Most Karola. Pieszy spacer po Starym Mieście, w tym m.in. rynek starego miasta z kościołem Tyńskim, Wieża Ratuszowa z zegarem Orloj, Josef. Obiad i dalsze zwiedzanie: Plac św. Wacława, Wieża Prochowa, Dom Miejski. Obiad. W godzinach popołudniowych wyjazd z Pragi. Przyjazd do domu ok. godz. 21.00-22.00.

Świadczenia:

- * Zakwaterowanie: 1 nocleg w hotelu w Pradze (pokoje 2, 3-osobowe z łazienkami)
- * Wyżywienia: 1 śniadanie, 2 obiady, 1 kolacja
- * Przejazd: autokarem (barek, video, wc)
- * Opieka pilota - przewodnika
- * Ubezpieczenie KL (do 10000 euro) i NNW (za całą grupę)

Wycieczka do Pragi: kolejność zwiedzania może ulec zmianie. Szczegółowy program ustala pilot. Pilot oprowadza wewnątrz obiektów i po muzeach. Bilety wstępów do zwiedzanych obiektów oraz na komunikację miejską w cenie (ok. 350 Kč/os.). Wycena wycieczki ma uwzględniać 30-osobową klasę + trzech opiekunów.

1. 3. Dla zwycięzców w kategorii indywidualnej

1 miejsce: Ultrabook (1 szt.) o następujących parametrach:

Procesor: min.: 2 rdzenie, od 2.10 GHz do 2.60 GHz, 1 MB cache)

Zainstalowana ilość pamięci RAM: nie mniej niż 8192 MB (SO-DIMM DDR3, 1600 MHz)

Dysk twarde: nie mniejszy niż 500 GB

Wbudowane napędy optyczne: nagrywarka DVD+/-RW DualLayer

Przekątna ekranu: nie mniejsza niż 13,3"

Wielkość pamięci karty graficznej: nie mniejsza niż 1024 MB GDDR3 (pamięć własna)

2 miejsce: Konsola do gier z kamera interaktywną i kontrolerem ruchu – 1 zestaw o wartości minimum 1000,00zł netto.

3 miejsce: Tablet o następujących parametrach:

Przekątna ekranu nie mniejsza niż 7'; procesor min.: 4 rdzeniowy, o częstotliwości taktowania min.:

1.2 GHz; pamięć operacyjna nie mniejsza niż 1024 MB DDR3; pamięć wbudowana nie mniejsza niż 16GB; wbudowany moduł GPS."

Dot. OPZ, pkt. V 2. Zajęcia edukacyjne

Było: „Przeprowadzenie zajęć w przedszkolach i szkołach podstawowych biorących udział w konkursie. Wyznaczony przez Zamawiającego wykładowca zaprojektuje scenariusz zajęć i przeprowadzi, po uprzednich spotkaniach organizacyjnych z kierownictwem szkół, zajęcia w trakcie roku szkolnego 2013/2014.

Ogólna tematyka zajęć: ekologia, segregacja i odpady/surowce. W programie szczególny akcent należy położyć na procedury i techniki gospodarowania odpadami (począwszy od segregowania w gospodarstwach domowych, a skończywszy na możliwościach powtórnego wykorzystania odpadów)



oraz na warsztatowy i praktyczny aspekt zajęć. Wykonawca wybierze nauczyciela w oparciu o kryteria ustalone przez Zamawiającego, wynagrodzenie dla nauczyciela w wysokości nie mniejszej niż 4 000,00 zł brutto miesięcznie przez okres 10 miesięcy zgodnie z harmonogramem.”

Jest: „Przeprowadzenie zajęć w przedszkolach i szkołach podstawowych biorących udział w konkursie. Wybrany przez Wykonawcę i zatwierdzony przez Zamawiającego wykładowca (pedagog) zaprojektuje scenariusz zajęć i przeprowadzi, po uprzednim umówieniu z kierownictwem szkół, zajęcia w trakcie roku szkolnego 2013/2014. Planowana ilość lekcji tygodniowo – nie mniej niż 25 i nie więcej niż 30.

Ogólna tematyka zajęć: ekologia, segregacja i odpady/surowce. W programie szczególny akcent należy położyć na procedury i techniki gospodarowania odpadami (począwszy od segregowania w gospodarstwach domowych, a skończywszy na możliwościach powtórnego wykorzystania odpadów) oraz na warsztatowy i praktyczny aspekt zajęć. Wynagrodzenie dla nauczyciela w wysokości nie mniejszej niż 4 000,00 zł brutto miesięcznie przez okres 10 miesięcy zgodnie z harmonogramem.”

Dot. OPZ, pkt. V 3. Organizacja uroczystej gali rozdania nagród

Było: „Wykonawca zorganizuje uroczystą Galę rozdania nagród w ramach konkursu Zielony Las, która potrwa min.: 2h. Wykonawca wynajmie salę dla min 100 osób. Galę powinien poprowadzić moderator/ wodzirej posiadający wiedzę i doświadczenie z zakresy współpracy z dziećmi, młodzieżą oraz prowadzenia podobnych 2 eventów. Wyniki konkursu zostaną zaprezentowane w formie prezentacji wyświetlanej za pomocą projektora. Wykonawca podczas Gali zapewni drobny poczęstunek (np.: kawa, herbata, woda, soki, kanapki/ tortinki, ciasteczka kruche) dla min. 100 osób. Wykonawca zapewni oprawę muzyczną Gali. Wykonawca odpowiedzialny będzie za zaproszenie gości – przedstawicieli szkół, lokalnych władz, dziennikarzy oraz działaczy z organizacji pozarządowych.”

Jest: „Wykonawca zorganizuje uroczystą Galę rozdania nagród w ramach konkursu Zielony Las, która potrwa min.: 2h. Wykonawca wynajmie salę dla min. 100 osób. Galę powinien poprowadzić moderator/ wodzirej posiadający wiedzę i doświadczenie z zakresy współpracy z dziećmi, młodzieżą oraz prowadzenia podobnych 2 eventów. Wyniki konkursu zostaną zaprezentowane w formie prezentacji wyświetlanej za pomocą projektora. Wykonawca podczas Gali zapewni drobny poczęstunek (np.: kawa, herbata, woda, soki, kanapki/ tortinki, ciasteczka kruche) dla min. 100 osób. Wykonawca zapewni oprawę muzyczną Gali (muzyka ze sprzętu, zaproponowana przez Wykonawcę i zatwierdzona przez Zamawiającego). Wykonawca odpowiedzialny będzie za zaproszenie gości drogą poczty tradycyjnej – przedstawicieli szkół, lokalnych władz, dziennikarzy oraz działaczy z organizacji pozarządowych. Ostateczną listę zaproszonych gości zatwierdzi Zamawiający.”

Dot. OPZ, pkt. V 4. Działania promocyjne konkursu

Było: „1. Narzędzia promocyjne/kanały dotarcia do uczniów, nauczycieli i dyrektorów.

a) Banner reklamowy na serwisie www.sciaga.pl

Emisja banneru reklamowego z geotargetowaniem Rectangle na portalu sciaga.pl z przekierowaniem na fanpage kampanii zakładka konkurs Zielona Las, emitowany na sekcji serwisu dedykowanej gimnazjum. Rozmiar nie mniejszy niż (piksele): 336 x 280. Wykonawca musi zawrzeć umowę z portalem w zakresie publikacji banneru na okres 2 tygodni w miesiącu wrześniu 2013.

b) Banner reklamowy na portalu www.edupedia.pl

Emisja banneru z geotargetowaniem typu Double Billboard z przekierowaniem na stronę główną kampanii. Rozmiar bannera nie mniejszy niż: 750x200 px. Wykonawca musi zawrzeć umowę z portalem w zakresie publikacji banneru na okres 1 miesiąca – wrzesień 2013 roku (do 1 mln odsłon).

c) Banner reklamowy na portalu bryk.pl

Emisja banneru z geotargetowaniem typu Double Billboard z przekierowaniem na stronę główną kampanii. Rozmiar bannera nie mniejszy niż: 750x200 px. Wykonawca musi zawrzeć umowę z portalem w zakresie publikacji banneru na okres 1 miesiąca – październik 2013 roku (do 1 mln odsłon).

d) Banner reklamowy umieszczony w serwisie edunews.pl

Emisja banneru z geotargetowaniem typu Billboard z przekierowaniem na stronę główną kampanii. Rozmiar bannera nie mniejszy niż: 750x100 px. Wykonawca musi zawrzeć umowę z portalem w zakresie publikacji banneru na okres 2 miesięcy – wrzesień/ październik 2013

e) 2 artykuły sponsorowane w tygodniku Głos Nauczycielski oraz 1 artykuł w miesięczniku Dyrektor Szkoły. Artykuły na temat konkursu (reguł, misji, wizji, nagród, harmonogramu trwania) oraz poruszające tematykę promocji idei recyklingu i zasad selektywnej zbiórki.

Zawarcie umowy z wydawnictwami w zakresie publikacji artykułów:

a) Głos Nauczycielki – 2 artykuły, po 1/2 kolumny (18 modułów 155 x 314 mm), termin publikacji: wrzesień i październik 2013,

b) Dyrektor Szkoły – 1 artykuł, 1/1 kolumny, termin publikacji: wrzesień 2013.”

Jest: „1. Narzędzia promocyjne/kanaly dotarcia do uczniów, nauczycieli i dyrektorów.

a) Banner reklamowy na serwisie www.sciaga.pl

Emisja banneru reklamowego z geotargetowaniem Rectangle na portalu sciaga.pl z przekierowaniem na fanpage kampanii zakładka konkurs Zielona Las, emitowany na sekcji serwisu dedykowanej gimnazjum. Rozmiar nie mniejszy niż (piksele): 336 x 280. Wykonawca musi zawrzeć umowę z portalem w zakresie publikacji banneru na okres 2 tygodni w miesiącu wrześniu 2013.

b) Banner reklamowy na portalu www.edupedia.pl

Emisja banneru z geotargetowaniem typu Double Billboard z przekierowaniem na stronę główną kampanii. Rozmiar bannera nie mniejszy niż: 750x200 px. Wykonawca musi zawrzeć umowę z portalem w zakresie publikacji banneru na okres 1 miesiąca – wrzesień 2013 roku (do 1 mln odsłon).

c) Banner reklamowy na portalu bryk.pl

demanda

Emisja banneru z geotargetowaniem typu Double Billboard z przekierowaniem na stronę główną kampanii. Rozmiar banneru nie mniejszy niż: 750×200 px. Wykonawca musi zawrzeć umowę z portalem w zakresie publikacji banneru na okres 1 miesiąca – październik 2013 roku (do 1 mln odsłon).

d) Banner reklamowy umieszczony w serwisie edunews.pl

Emisja banneru z geotargetowaniem typu Billboard z przekierowaniem na stronę główną kampanii. Rozmiar banneru nie mniejszy niż: 750×100 px. Wykonawca musi zawrzeć umowę z portalem w zakresie publikacji banneru na okres 2 miesięcy – wrzesień/ październik 2013

e) 2 artykuły sponsorowane w tygodniku Głos Nauczycielski oraz 1 artykuł w miesięczniku Dyrektor Szkoły. Artykuły na temat konkursu (reguły, misji, wizji, nagród, harmonogramu trwania) oraz poruszające tematykę promocji idei recyklingu i zasad selektywnej zbiórki.

Zawarcie umowy z wydawnictwami w zakresie publikacji artykułów:

a) Głos Nauczycielki – 2 artykuły, po 1/2 kolumny (18 modułów 155 x 314 mm), termin publikacji: wrzesień i październik 2013,

b) Dyrektor Szkoły – 1 artykuł, 1/1 kolumny, termin publikacji: wrzesień 2013.

Wszystkie bannery na portalach winny mieć tę samą szatę graficzną. Artykuły mają być kolorowe i mają być zamieszczone na stronach redakcyjnych.”

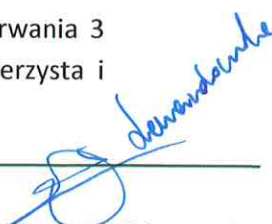
Dot. OPZ, pkt. VI 1. Film o rozbudowie ZGO Gać

Było: „Film przedstawiający rozbudowę zakładu ZGO Gać. Czas trwania 3 minuty w rozdzielczości: 854 x 480. Zdjęcia kręcone min. przez 10 (różnych) dni, przez cały okres rozbudowy zakładu. Udział w zdjęciach wezmą: dziennikarz/kamerzysta i osoby zatrudnione w ZGO Gać pracujące przy rozbudowie zakładu. Film posiadać musi „czołówkę” i napisy końcowe. Dodatkowo będzie muzyka i efekty dźwiękowe.”

Jest: „Film przedstawiający rozbudowę zakładu ZGO Gać. Czas trwania 3 minuty w minimalnej rozdzielczości: 854 x 480. Zdjęcia kręcone min. przez 10 (różnych) dni, przez cały okres rozbudowy zakładu. Udział w zdjęciach wezmą kamerzysta i osoby zatrudnione w ZGO Gać pracujące przy rozbudowie zakładu. Film posiadać musi „czołówkę” i napisy końcowe. Film powinien posiadać podkład muzyczny – muzykę wybierze Wykonawca a Zamawiający ją zatwierdzi. W filmie ma być również uwzględniony lektor. Film ma zostać przekazany Zamawiającemu na płycie CD.”

Dot. OPZ, pkt. VI 2. Film o funkcjonowaniu ZGO Gać

Było: „Film przedstawiający funkcjonowanie linii segregacji śmieci po rozbudowie. Czas trwania 3 minuty w rozdzielczości: 854 x 480. Udział w filmie zdjęciach wezmą: dziennikarz/ kamerzysta i



pracownicy ZGO Gać. Film posiadać musi „czołówkę” i napisy końcowe. Dodatkowo będzie muzyka i efekty dźwiękowe.”

Jest: „Film przedstawiający funkcjonowanie linii segregacji śmieci po rozbudowie („drogę odpadu”). Film powinien być zmontowany zgodnie z wytycznymi Zamawiającego. Czas trwania 5 minut, w minimalnej rozdzielczości: 854 x 480. Udział w filmie wezmą kamerzysta i pracownicy ZGO Gać. Film posiadać musi „czołówkę” i napisy końcowe. Film powinien posiadać podkład muzyczny – muzykę wybierze Wykonawca a Zamawiający ją zatwierdzi. W filmie ma być również uwzględniony lektor. Film ma zostać przekazany Zamawiającemu na płycie CD”

Dot. OPZ, pkt. VII 1. Kupony na zakupy

Było: „Wybrani realizatorzy eventów w poszczególnych gminach otrzymają kupony o wartości 1000,00 zł na zakupy. Kupony będą realizowane w sklepach uzgodnionych z Zamawiającym. Ilość szt. 14.,,

Jest: „Wybrani realizatorzy eventów w poszczególnych gminach otrzymają kupony o wartości 1000,00 zł na zakupy (po jednym, wygranym realizatorze z każdej z 14 gmin objętych projektem). Kupony będą realizowane w sklepach uzgodnionych z Zamawiającym. Ilość szt. 14.,,

Dot. OPZ, pkt. VII 2. Magnesy na lodówkę

Było: „Wykonawca będzie odpowiedzialny za kupno magnesów z nadrukiem o jakości fotograficznej (spójnym z projektem wykonawczym z Brand Manuala kampanii). Specyfikacja: nadruk w wysokim połysku / offset, nadruk odporny na wilgoć i ścieranie. Wymiary: 70 x50 mm. Ilość 70 000szt.”

Jest: „Wykonawca będzie odpowiedzialny za kupno magnesów z nadrukiem o jakości fotograficznej (spójnym z projektem wykonawczym z Brand Manuala kampanii). Specyfikacja: nadruk solventowy, odporny na wilgoć i ścieranie. Wymiary: 70 x50 mm. Ilość 70 000szt.”

Dot. OPZ, pkt. VII 3. Torba ekologiczna bawełniana

Było: „Wykonawca będzie odpowiedzialny za kupno i kolportaż toreb bawełnianych (wraz z ulotką punkt IV.1) o następujących parametrach:

- a) surówka bawełniana o gramaturze nie mniejszej niż 140gr/m²
- b) wymiary torby nie mniejsze niż 42x38 cm,
- c) ucho o długości min. 35cm,
- d) nadruk jednostronny na środku torby wymiary min.: 38x23 cm, nadruk logiem kampanii,
- e) torby jednokolorowe,
- f) mocowania ucha przeszyte dodatkowymi szwami wzmacniającymi,
- g) ilość toreb 80 000 szt.

Kolportaż podczas wysyłki pocztowej w ilości 70 000 szt.”



Jest: „Wykonawca będzie odpowiedzialny za kupno i kolportaż toreb bawełnianych (wraz z ulotką punkt IV.1) o następujących parametrach:

- a) surówka bawełniana o gramaturze nie mniejszej niż 140gr/m²
 - b) wymiary torby nie mniejsze niż 42x38 cm,
 - c) ucho o długości min. 35cm,
 - d) nadruk jednostronny na środku torby wymiary min.: 38x23 cm, nadruk logiem kampanii,
 - e) torby jednokolorowe,
 - f) mocowania ucha przeszycie dodatkowymi szwami wzmacniającymi,
 - g) ilość toreb 80 000 szt.
- Kolportaż podczas wysyłki pocztowej w ilości 70 000 szt.

Główną częścią nadruku na torbach ma być hasło kampanii „Dziękujemy ☺.”

Dot. OPZ, pkt. VII 4. Pendrive

Było: „Wykonawca będzie odpowiedzialny za kupno i kolportaż pendrive-ów o następujących parametrach:

- a) pełno-kolorowy nadruk na jednej stronie z logiem kampanii;
- b) pole nadruku min. 25 x 15 mm;
- c) materiał: drewno;
- d) efekt ekologiczny: naturalny materiał;
- e) pojemność nie mniejsza niż - 2 GB;
- f) certyfikat środowiskowy - RoHS (EU Restriction of hazardous substances).
- g) w ilości: 200 sztuk

Kolportaż podczas: konferencji prasowych, seminariów, otwarcia ZGO, Gali w ilości 200 szt.”

Jest: „Wykonawca będzie odpowiedzialny za kupno i kolportaż pendrive-ów o następujących parametrach:

- a) pełno-kolorowy nadruk na jednej stronie z logiem kampanii (Zamawiający dopuszcza znakowanie grawerem);
- b) pole nadruku min. 25 x 15 mm;
- c) materiał: drewno;
- d) efekt ekologiczny: naturalny materiał;
- e) pojemność nie mniejsza niż - 2 GB;
- f) certyfikat środowiskowy - RoHS (EU Restriction of hazardous substances).
- g) w ilości: 200 sztuk

Kolportaż podczas: konferencji prasowych, seminariów, otwarcia ZGO, Gali w ilości 200 szt.”

Dot. OPZ, pkt. VII 5. Ulotki

Było: „Wykonawca będzie odpowiedzialny za produkcję ulotki informacyjno - wizerunkowej. Ulotka powinna zawierać informacje o zasadach selektywnej zbiórki i informacje o zasadach konkursu Eko Szkoła; ulotka ma być spójna z systemem identyfikacji wizualnej kampanii; ulotka powinna

Handwritten signature



komunikować pozytywne aspekty nowych zasad gospodarki odpadami i recyklingu w ogóle; przekaz ulotki ma być spójny z big idea kampanii: komunikacja poprzez korzyści, wzmacnianie już istniejących, pozytywnych zachowań.

- a) format A6/A7
- b) ulotka składana
- c) kolorowa, papier kredowy, błyszczący - 300 g
- d) drukowana na materiale posiadającym certyfikat ekologiczny Blue Angel/Nornic Environmental Label.
- e) ilość egzemplarzy: 1 list na 1 gospodarstwo domowe x 14 gmin: 70 000 szt.”

Jest: „Wykonawca będzie odpowiedzialny za produkcję ulotki informacyjno - wizerunkowej. Ulotka powinna zawierać informacje o zasadach selektywnej zbiórki i informacje o zasadach konkursu Eko Szkoła; ulotka ma być spójna z systemem identyfikacji wizualnej kampanii; ulotka powinna komunikować pozytywne aspekty nowych zasad gospodarki odpadami i recyklingu w ogóle; przekaz ulotki ma być spójny z big idea kampanii: komunikacja poprzez korzyści, wzmacnianie już istniejących, pozytywnych zachowań.

- a) format A6/A7
- b) ulotka składana
- c) kolorowa, papier kredowy, błyszczący - 300 g
- d) drukowana na materiale posiadającym certyfikat ekologiczny Blue Angel/Nornic Environmental Label (lub innego o podobnych właściwościach)
- e) ilość egzemplarzy: 1 list na 1 gospodarstwo domowe x 14 gmin: 70 000 szt.”

Dot. OPZ, pkt. VII 6. List

Było: „Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowanie listu zawierającego podziękowania od ZGO Gać za właściwe postępowanie z odpadami i troskę o środowisko - Nawiązujący wprost do hasła kampanii.

List powinien charakteryzować się następującymi cechami szczególnymi:

- a) format A4
- b) drukowany na materiale posiadającym certyfikat ekologiczny Blue Angel/Nornic Environmental Label.
- c) ilość egzemplarzy: 1 list na 1 gospodarstwo domowe x 14 gmin: 70 000 szt.”

Jest: „Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowanie listu zawierającego podziękowania od ZGO Gać za właściwe postępowanie z odpadami i troskę o środowisko - Nawiązujący wprost do hasła kampanii.

List powinien charakteryzować się następującymi cechami szczególnymi:

Jerusalem



- a) format A4, druk jednostronny, kolorowy, gramatura co najmniej 150 g, bez uszlachetnień
- b) drukowany na materiale posiadającym certyfikat ekologiczny Blue Angel/Nornic Environmental Label. (lub innego o podobnych właściwościach)
- c) ilość egzemplarzy: 1 list na 1 gospodarstwo domowe x 14 gmin: 70 000 szt.”

Dot. OPZ, pkt. VII 11. Roll-up

Było: „Wykonawca przygotowuje roll-up kampanii o następujących parametrach: Materiał winylowy HD (wkładka zabezpieczająca przed prześwitywaniem), druk rozdzielczością nie mniejszą niż 720 x 720 dpi, wymiary nie mniejsze niż 1 x 2 m, system druku sol vent. Roll up 1 szt. Będzie wykorzystany podczas konferencji, szkoleń Projekt rollup-a będzie podlegał akceptacji Zamawiającego.”

Jest: „Wykonawca przygotowuje roll-up kampanii o następujących parametrach: druk solventowy rozdzielczością nie mniejszą niż 350 dpi, wymiary nie mniejsze niż 1 x 2 m. Panel graficzny ma mieć taką gramaturę, aby nie prześwitywał maszt podtrzymujący wydruk oraz jednocześnie panel graficzny powinien swobodnie zwiijać się do kasety. Będzie wykorzystany podczas konferencji, szkoleń. Projekt rollup-a będzie podlegał akceptacji Zamawiającego. Ilość – 1 sztuka. Zamawiający dopuszcza zarówno druk solventowy jak i ecosolwentowy ”

Dot. OPZ, pkt. VII 12. Ścianka

Było: „Wykonawca przygotowuje ściankę wystawienniczą typu pop-up 3 x 3 łukowa (3 panele główne + 2 boczne) wraz z kufrem: ścianka powinna zmieścić się na prostokącie o szerokości 260 cm i głębokości 70 cm (wysokość powinna wynosić min. 230 cm), a wymiary kufra mają wynosić min.: 95cm x 70cm x 45cm; cechy szczególne ścianki: dostępne oświetlenie lampami halogenowymi, konstrukcja aluminiowa, listwy magnetyczne, samoblokująca się konstrukcja. Podwójny Wydruk plansz z różnymi grafikami. Będzie wykorzystana podczas eventów, konferencji. Projekt ścianki będzie podlegał akceptacji Zamawiającego.”

Jest: „Wykonawca przygotowuje ściankę wystawienniczą typu pop-up 3 x 3 łukowa (3 panele główne + 2 boczne) wraz z kufrem: ścianka powinna zmieścić się na prostokącie o szerokości 260 cm i głębokości 70 cm (wysokość powinna wynosić min. 230 cm), a wymiary kufra mają wynosić min.: 95cm x 70cm x 45cm; cechy szczególne ścianki: dostępne oświetlenie lampami halogenowymi (ma się znaleźć w zestawie), konstrukcja aluminiowa, listwy magnetyczne, samoblokująca się konstrukcja. Podwójny wydruk plansz z różnymi grafikami. Będzie wykorzystana podczas eventów, konferencji. Projekt ścianki będzie podlegał akceptacji Zamawiającego. Ścianka powinna być wydrukowana w rozdzielczości minimum 350 dpi, a wydruk powinien być zabezpieczony pisakowym laminatem”

Dot. OPZ, pkt. VII 13. Bannery PCV

Było: „Wykonawca przygotowuje banery pcv o następujących parametrach: materiał o gramaturze nie mniejszej niż 510 g, wzmocnione zawinięte brzegi, oczkowanie co 0,5 m, druk rozdzielczością nie mniejszą niż 540 x 720, wymiary 1 x 4 m. Banery 58 szt. Banery Wykonawca rozwiesi na terenach wiejskich, w miejscach uzgodnionych z Zamawiającym. Projekt baneru będzie podlegał akceptacji Zamawiającego. Dwa banery PCV będą wykorzystane do oznaczenia punktu informacyjnego na terenie ZGO Gać.”

Jest: „Wykonawca przygotowuje banery pcv o następujących parametrach: materiał o gramaturze nie mniejszej niż 510 g, wzmocnione zawinięte brzegi, oczkowanie co 0,5 m, druk rozdzielczością nie mniejszą niż 350 dpi, metodą solventową, wymiary 1 x 4 m. Banery 58 szt. Banery Wykonawca rozwiesi na terenach wiejskich, w miejscach uzgodnionych z Zamawiającym. Projekt baneru będzie podlegał akceptacji Zamawiającego. Dwa banery PCV będą wykorzystane do oznaczenia punktu informacyjnego na terenie ZGO Gać.”

Dot. OPZ, pkt. VII 14. Namiot + sprzęt muzyczny (nagłośnienie)

Było: „Wykonawca zapewni namiot reklamowo-wystawienniczy na eventy w ramach konkursu „*dziękujemy zaangażowanym*”. Cechy szczególne namiotu: szerokość nie mniejsza niż 3 m, głębokość nie mniejsza niż 3 m, wysokość użytkowa nie mniej niż 2,3-2,5 m, wodoodporna tkanina poliestrowa, 3 ściany boczne, konstrukcja stalowa, zadrukowany.

Wykonawca zapewni system nagłośnienia stoiska na eventach w ramach konkursu „*dziękujemy zaangażowanym*”. System powinien składać się co najmniej z: mikrofonu, głośnika o mocy min. 150 W, sprzętu odtwarzającego (z możliwością odtwarzania plików w formacie mp3 i płyt cd).”

Jest: „Wykonawca zakupi namiot reklamowo-wystawienniczy na eventy w ramach konkursu „*dziękujemy zaangażowanym*”. Cechy szczególne namiotu: szerokość nie mniejsza niż 3 m, głębokość nie mniejsza niż 3 m, wysokość użytkowa nie mniej niż 2,3-2,5 m, wodoodporna tkanina poliestrowa, 3 ściany boczne, konstrukcja stalowa, zadrukowany. Na namiocie powinno znaleźć się minimum: hasło „*Dziękujemy zaangażowanym ☺*” oraz ciąg logotypów unijnych + logo Beneficjenta.

Wykonawca zapewni system nagłośnienia stoiska na eventach w ramach konkursu „*dziękujemy zaangażowanym*” (Zamawiający dopuszcza wypożyczenie nagłośnienia). System powinien składać się co najmniej z: mikrofonu, głośnika o mocy min. 150 W, sprzętu odtwarzającego (z możliwością odtwarzania plików w formacie mp3 i płyt cd).”

Dot. OPZ, pkt. VII 15. Jojo drewniane

Było: „Wykonawca zakupi jojo wykonane z drewna. Wymiary min.: długość 55 mm x szerokość 25 mm. Nadruk z logiem kampanii o wymiary min.: 2 x 2cm. Ilość sztuk 500. Jojo Wykonawca będzie dystrybuował podczas 14 eventów w gminach.”



Jest: „Wykonawca zakupi jojo wykonane z drewna. Wymiary min.: długość 55 mm x szerokość 25 mm. Nadruk z logiem kampanii o wymiary min.: 2 x 2cm. Zamawiający dopuszcza znakowanie grawerem. Ilość sztuk 1000. Jojo Wykonawca będzie dystrybuował podczas 14 eventów w gminach.”

Dot. OPZ, pkt. VII 17. Koperty C4

Było: „Koperta C4 (229 x 324 mm). Papier biały, gładki. Koperta samoprzylepna. Waga 90g. Z kolorowym nadrukiem, logo kampanii. Ilość: 70 000.”

Jest: „Koperta C4 (229 x 324 mm). Papier biały, gładki. Koperta samoprzylepna. Waga 90g. Z kolorowym nadrukiem jednostronnym. Na kopercie ma się znaleźć hasło kampanii „Dziękujemy ☺” + ciąg logotypów unijnych i logo ZGO zgodnie z wytycznymi: „Zasady promocji projektów dla beneficjentów Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2007-2013”. Ilość: 70 000.”

Dot. OPZ, pkt. VII 18. Koperty C5

Było: „Koperta C5 (162x229 mm). Papier biały, gładki. Koperta samo przylepna. Waga 90g. Z kolorowym nadrukiem logo, kampanii. Ilość: 70 000.”

Jest: „Koperta C5 (162x229 mm). Papier biały, gładki. Koperta samo przylepna. Waga 90g. Z kolorowym nadrukiem jednostronnym. Na kopercie ma się znaleźć hasło kampanii „Dziękujemy ☺” + ciąg logotypów unijnych i logo ZGO zgodnie z wytycznymi: „Zasady promocji projektów dla beneficjentów Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2007-2013”. Ilość: 70 000.”

Dot. OPZ, pkt. VII 19. Teczki papierowe A4

Było: „Teczka papierowa A4 (210 x 297 mm) z dwoma skrzydłami. Papier kredowy 250 g. Ilość kolorów: 4 (4x0), jednostronnie zadrukowane logiem kampanii. Grzbiet 10 mm z gumką. Ilość: 1000 sztuk.”

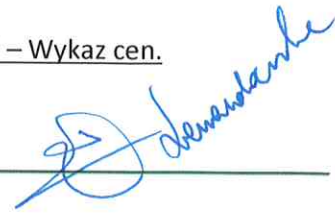
Jest: „Teczka papierowa A4 (210 x 297 mm) z dwoma skrzydłami. Karton, 250 g. Ilość kolorów: 4 (4x0), jednostronnie zadrukowane logiem kampanii. Grzbiet 10 mm z gumką. Ilość: 1000 sztuk.”

Dot. OPZ, pkt. VII 20. Plakaty do konkursu na eventy „Dziękujemy zaangażowanym”

Było: nie dotyczy

Jest: „Plakaty rozmiar B2, gramatura nie mniejsza niż 150 g, druk 4/4, ilość 280 sztuk (po 20 sztuk na każdą gminę). Projekt plakatu przygotowuje Wykonawca.”

W związku z powyższymi zmianami w OPZ, Zamawiający zmienia załącznik nr 6 do IDW – Wykaz cen.





Z uwagi na dokonane zmiany i uzupełnienia w opisie przedmiotu zamówienia, na podstawie art. 38 ust. 6 PZP, Zamawiający zmienia termin składania i otwarcia na dzień 20.03.2013. r. Godziny składania i otwarcia ofert pozostają bez zmian.

CZŁONEK ZARZĄDU
Pełnomocnik ds. Realizacji Projektu - MAO

mgr inż. Kłimierz Bączek

