

Gać, dnia 14.03.2013 r.

L.dz. ZGO-JRP 67/03/2013

**DO WSZYSTKICH WYKONAWCÓW
ZAINTERESOWANYCH ZŁOŻENIEM OFERTY**

Działając w oparciu o art. 38 ust. 1a i 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 73

Dot. Wzór Umowy

W której pozycji formularza cenowego należy uwzględnić koszty związane z cotygodniowymi naradami roboczymi w siedzibie Zamawiającego? Informacja na ten temat jest zawarta we wzorze umowy, a nie ma o niej wzmianki w szczegółowym opisie przedmiotu zamówienia.

Odpowiedź Zamawiającego

Decyzję, w której pozycji formularza cenowego należy uwzględnić koszty związane z cotygodniowymi naradami roboczymi w siedzibie Zamawiającego powinien podjąć Wykonawca.

Pytanie 74

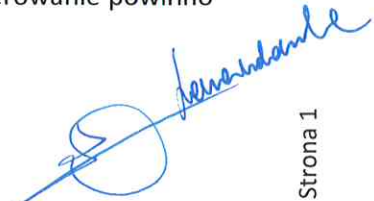
Dot. OPZ pkt. V 1. Nagrody w konkursie

Proszę o podanie terminu, w którym ma się odbyć wycieczka do Pragi oraz które z muzeów i obiektów płatnych przewiduje Zamawiający do obowiązkowego zwiedzania? W jakiej odległości od centrum miasta ma się znajdować hotel? Czy Zamawiający dopuszcza możliwość noclegu w hostelu w pokojach 2-3 osobowych z łazienkami?

Odpowiedź Zamawiającego

Przewidywany termin wycieczki do Pragi – czerwiec 2014 r. Obiekty do zwiedzania podane są w cz. III SIWZ, OPZ (pkt. V 1.). Zamawiający dopuszcza zakwaterowanie w hostelu. Zakwaterowanie powinno znajdować się maksymalnie do 20 km poza obrębem miasta. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 75



Strona 1



Dot. OPZ pkt. VII 3. Torba ekologiczna bawełniana

Proszę o określenie czy nadruk na torbie bawełnianej ma być jednokolorowy czy też full-kolor.

Odpowiedź Zamawiającego

Zgodnie z cz. III SIWZ, OPZ, pkt. VII 3.

Pytanie 76

Dot. OPZ pkt. I 3. Konferencje prasowe

Do zadań Wykonawcy należy zaproszenie gości. Proszę o określenie w jakiej formie Zamawiający przewiduje zaproszenie gości. Czy Wykonawca ma przygotować i rozesać okolicznościowe zaproszenia do podanych osób? Jeśli tak, to jakie są parametry wymaganych zaproszeń i forma ich dystrybucji?

Odpowiedź Zamawiającego

Wykonawca winien zaprosić gości drogą poczty tradycyjnej (list) oraz drogą poczty elektronicznej (e-mail z adresu e-mail udostępnionego przez Zamawiającego). Zaproszenie w formie listu powinno być wydrukowane na papierze A4, nadruk 4+0, gramatura co najmniej 150 g, zapakowane w kopertę DL. Treść zaproszenia Zamawiający uzgodni z Wykonawcą podczas realizacji kampanii. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 77

Dot. OPZ pkt. VII 3. Torba ekologiczna bawełniana

Chciałabym również ustalić, czy Zamawiający dopuszcza torbę bawełnianą w rozmiarze: 41x38 cm. Taki rozmiar jest standardowym rozmiarem toreb reklamowych.

Odpowiedź Zamawiającego

Zamawiający dopuszcza odstępstwo od podanego w OPZ rozmiaru bawełnianej torby, do maksymalnie 2 cm. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 78

Dot. OPZ pkt. IV 1. Ulotki

Zamawiający pisze: „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 (...). Potwierdzeniem należytego wykonania zadania będzie lista z poczty potwierdzająca nadanie przesyłek. Przygotowanie listy odbiorców przygotowuje Wykonawca – mają to być wszystkie gospodarstwa domowe z wszystkich

Stawomir



14 gmin objętych zasięgiem kampanii. W przypadku listów nieodebranych lub nieaktualnych adresów poczta będzie zwracała korespondencję na adres ZGO.”

Szacunkowy koszt wysyłki 70 000 listów zwykłych wg powyższy założeń to ok. 112 000 zł.

Z informacji uzyskanych od Poczty Polskiej wynika, że nie wydaje ona potwierdzenia należytego wykonania zadania w formie listy potwierdzającej nadanie przesyłek, jeśli są to listy zwykłe (niepolecone). Poza tym w przypadku listów nieodebranych lub nieaktualnych adresów w wypadku listów zwykłych poczta nie ma obowiązku zwrotów korespondencji. Nie ma także możliwości przygotowania listy odbiorców z uwagi na ustawę o ochronie danych osobowych (poza tym nawet w przypadku otrzymania takiej listy koszt personalizacji wysyłek wyniesie ok.; 56 000 zł.).

W związku z powyższym proszę o udzielenie informacji czy Zamawiaj wyraża zgodę na dostarczenie w/w przesyłek za pośrednictwem Poczty Polskiej w formie kolportażu przesyłek bezadresowych zgodnych z obowiązującym regulaminem tej instytucji ?

Pytanie 79

Dot. OPZ pkt. IV 2. List

Zamawiający pisze: „Kolportaż listów oraz torby bawełnianej, drogą poczty tradycyjnej (list zwykły, w kopercie formatu C4 – wykonanej z białego papieru (...)) do wszystkich gospodarstw domowych z obszaru 14 gmin objętych kampania – 70 000 szt.,(...). Wykonawca jest zobowiązany do bieżącego monitorowania usługi „direct marketing” przez podwykonawcę, 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 przygotowuje 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.”

Szacunkowa , sprawdzona waga w/w przesyłki wynosi ok. 111 g czyli koszt wysyłki 70 000 listów zwykłych to ok. 416 000 zł?). Poza tym w przypadku listów nieodebranych lub nieaktualnych adresów w wypadku listów zwykłych poczta nie ma obowiązku zwrotów korespondencji. Nie ma także możliwości przygotowania listy odbiorców z uwagi na ustawę o ochronie danych osobowych (poza tym nawet w przypadku otrzymania takiej listy koszt personalizacji wysyłek wyniesie ok.; 56 000 zł.).

W związku z powyższym proszę o udzielenie informacji czy Zamawiaj wyraża zgodę na dostarczenie w/w przesyłek za pośrednictwem Poczty Polskiej w formie kolportażu przesyłek bezadresowych zgodnych z obowiązującym regulaminem tej instytucji ?

Odpowiedź Zamawiającego (na pytania 78 i 79)

Zamawiający wyraża zgodę za dostarczenie przesyłek: Ulotka oraz List za pośrednictwem Poczty Polskiej w formie kolportażu przesyłek bezadresowych zgodnie z obowiązującym regulaminem Poczty Polskiej. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 80

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

Zamawiający pisze: „Spotkania organizowane dla mieszkańców gmin, podczas których specjalista z zakresu gospodarki odpadami (pracownik ZGO) będzie szkolił mieszkańców jak poprawnie segregować odpady (...)”.

Czy wynagrodzenie z tytułu szkoleń dla pracownika ZGO leży po stronie Wykonawcy? Jeśli tak to w jakiej wysokości i na jakich zasadach (umowa zlecenie, umowa o dzieło) ma być wypłacane?

Odpowiedź Zamawiającego

Wynagrodzenie za pracownika ZGO biorącego udział w szkoleniu dla mieszkańców gmin leży po stronie Zamawiającego. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 81

Dot. OPZ pkt. V 3. Organizacja uroczystej Gali rozdania nagród

Zamawiający pisze: „Wykonawca podczas Gali zapewni drobny poczęstunek (np.: kawa, herbata, woda, soki, kanapki/tortinki, ciasteczka kruche) dla min 100 osób (...)”.

Jaką maksymalną ilość uczestników Gali przewiduje Zamawiający?

Odpowiedź Zamawiającego

Na Uroczystą Galę rozdania nagród powinno być zaproszonych nie mniej niż 100 i nie więcej niż 120 osób. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 82

Dot. OPZ pkt. IV 1. I 2. Ulotki i list

Proszę o określenie formy nadawanej przesyłki oraz sposobu dystrybucji zarówno ulotek jak i listów. Jakich danych zamawiający oczekuje w raportowaniu?

Czy przesyłki mają być wysyłane w formie listów z pełnymi danymi osobowymi – imię, nazwisko, adres, kod pocztowy czy też mogą być dostarczone w postaci przesyłek bezadresowych.

Czy zamawiający dopuszcza możliwość nie korzystania z usługi firmy świadczącej usługi pocztowe.

Nadmieniam, iż wysyłka materiałów reklamowych w formie innej niż list z pełnymi danymi osobowymi nie pozwala na uzyskanie szczegółowego raportu o dostarczeniu przesyłki do konkretnego gospodarstwa domowego. Jednak uzyskanie pełnych danych adresowych (imię, nazwisko, adres, kod pocztowy) jest dla potencjalnego wykonawcy kwestią praktycznie niemożliwą i może naruszać ustawę o ochronie danych osobowych.

Chyba że ZGO Oława będzie dysponował takimi danymi i przekaze wykonawcy pełne dane adresowe gospodarstw domowych do których należy wysłać przesyłki.

Odpowiedź Zamawiającego

Zamawiający wyraża zgodę za dostarczenie przesyłek: Ulotka oraz List za pośrednictwem Poczty Polskiej w formie kolportażu przesyłek bezadresowych zgodnie z obowiązującym regulaminem Poczty Polskiej. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 83

Dot. OPZ pkt. III 2. Strona internetowa kampanii

Zamawiający pisze ;

4) Serwis powinien zawierać co najmniej następujące elementy:

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 przynajmniej 20 - 40 tekstów z mediów na temat gospodarki odpadami.

Wg wiedzy oraz doświadczenia Wykonawcy a także informacji uzyskanych z rynku prasowego (m.in. Gazeta Wyborcza) nie można założyć minimalnej ilości publikacji na 20 tekstów chociażby z tego powodu, że nie wszystkie publikacje o projekcie mogą być rzetelne i obiektywne, poza tym wskazanie tytułu prasowego z którego tekst czy ew.. zdjęcie chciałoby się wykorzystać na stronie internetowej projektu może skutkować nierynkową wyceną uzyskania takiej licencji co w zasadzie uniemożliwia dokonanie jakichkolwiek szacunków finansowych na wykonanie założeń OPZ. (przykładem takiej sytuacji jest np. wycena reklamy internetowej projektu we wskazanym przez Wykonawcę portalu ; bryk.pl, gdzie właściciel portalu wykorzystując fakt wskazania go jako miejsca emisji reklamy wycenia usługę na 30 do 60 tysięcy złotych , czyli kilkadziesiąt razy większą od ceny normalnie funkcjonującej na rynku !).

W związku z powyższym proszę o informację, czy? Proszę także o informację czy Zamawiający wyraża zgodę na nieokreślenie minimalnej ilości w/w materiałów przewidzianych do publikacji na stronie internetowej?

Odpowiedź Zamawiającego

Zamawiający zmienia w OPZ minimalną ilość artykułów wymaganych do opublikowania w serwisie internetowym na 10. Zmiana OPZ poniżej.

Pytanie 84

Dot. OPZ pkt. I 1. Reklamy prasowe i pkt. I 6. Artykuły sponsorowane w prasie lokalnej

Zwracam się z prośbą o zmianę wymagań dotyczących publikacji w prasie.

Zgodnie z informacjami pozyskanymi przez Wykonawcę z dniem 8 marca 2013 nastąpiła likwidacja firmy – Grupy Wydawniczej Wrocławianin. W związku z powyższym wnioskuję o zmianę szczegółowego opisu zamówienia.





Odpowiedź Zamawiającego

Zamawiający, w związku z likwidacją Grupy Wydawniczej Wrocławianin, przychyła się do prośby Wykonawcy i usuwa tytuł „Wrocławianin”. Zamawiający zamienia go na tygodnik „Gazeta Strzelińska”. 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 we wskazanych poniżej tytułach prasowych:

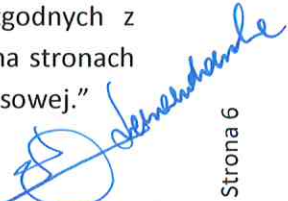
- a) Panorama Powiatu (tygodnik): „duża reklama” 25,5 x 35cm oraz „mała reklama” 25,5 x 17cm.
- b) Echo Tygodnia (tygodnik): „duża reklama” 19,8 x 16,2cm oraz „mała reklama” 19,8 x 8,1cm.
- c) Wiadomości Oławskie (tygodnik): „duża reklama” 25,8 cm x 34,5 cm oraz „mała reklama” 17 x 22,9 cm.
- d) Wrocławianin (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.”

Jest: „Trzykrotne opublikowanie w prasie lokalnej reklam kampanii promocyjno - informacyjnej we 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) Gazeta Strzelińska (tygodnik): „duża reklama” 26 x 30,2 cm oraz „mała reklama” 21,6 x 20 cm.
- 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.”


Strona 6



Dot. OPZ pkt. I 3. Konferencje prasowe

Było: „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 GaC, 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.”

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 GaC, 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. Wykonawca winien zaprosić gości drogą poczty tradycyjnej (list) oraz drogą poczty elektronicznej (e-mail z adresu e-mail udostępnionego przez Zamawiającego). Zaproszenie w formie listu powinno być wydrukowane na papierze A4, nadruk 4+0, gramatura co najmniej 150 g, zapakowane w kopertę DL. Treść zaproszenia Zamawiający uzgodni z Wykonawcą podczas realizacji kampanii.

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

[Handwritten signature]
Strona 7

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 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. W związku z tym, że tytuł „Wrocławianin” jest miesięcznikiem, pierwsza reklama prasowa powinna zostać opublikowana w miesiący wskazanym w Harmonogramie Kampanii – Załącznik nr 2 do OPZ, czyli w październiku 2013, a dwie pozostałe reklamy w miesiącach następnym czyli w listopadzie i w grudniu 2013.

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.”


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) Gazeta Strzelińska (tygodnik): 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 2. Spotkania informacyjno-szkoleniowe

Było: „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.”



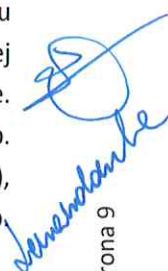
Jest: „Wykonawca zadania zorganizuje po 3 spotkania w 14 gminach – max.1 h, łącznie 42 spotkania, dla liczby osób nie mniejszej niż 30 i nie większej niż 50 na każdym spotkaniu. Spotkania organizowane dla mieszkańców gmin, podczas których specjalista z zakresu gospodarki odpadami (pracownik ZGO) będzie szkolił mieszkańców jak poprawnie segregować odpady. Wynagrodzenie dla pracownika ZGO szkolącego mieszkańców leży po stronie Zamawiającego. 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 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 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 3 miesiące; należy poszukiwać i zamieszczać informacje np. z urzędów gmin o akcjach jednorazowych zbiórki odpadów w danej gminie.



Strona 9

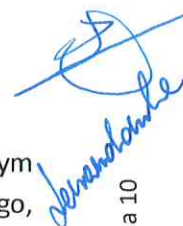
- b) Sekcję materiałów video (których wykonanie należy do obowiązków Wykonawcy) Wykonawca przygotuje i zamieści w serwisie kampanii min. 10 materiałów video, zawierających m.in. relacje z różnych imprez/wydarzeń związanych z kampanią np. festiwale recyklingu;
- c) Sekcję związaną z informowaniem o kampanii 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 przynajmniej 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.
 - b) Sekcję materiałów video (których wykonanie należy do obowiązków Wykonawcy) Wykonawca przygotowuje 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;

Okresowa



- 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 (do oszacowania ceny oferty należy założyć koszt zakupu licencji na zdjęcie oraz praw autorskich do tekstów); przewidujemy około 20 - 40 tekstów z mediów na temat gospodarki odpadami. Wykonawca ma obowiązek opublikować w serwisie minimum 10 artykułów ze zdjęciami,
- 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 należywym 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 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.”

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

Handwritten signature
Strona 12



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 przygotowuje Wykonawca – mają to być wszystkie gospodarstwa domowe z wszystkich 14 gmin objętych zasięgiem kampanii. Zamawiający dopuszcza dostarczenie przesyłek za pośrednictwem Poczty Polskiej w formie kolportażu przesyłek bezadresowych zgodnie z obowiązującym regulaminem Poczty Polskiej.”

Dot. OPZ pkt. IV 2. List

Było: „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 przygotowuje 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.”

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 przygotowuje Wykonawca – mają to być wszystkie gospodarstwa domowe z wszystkich 14 gmin objętych zasięgiem kampanii. Zamawiający dopuszcza dostarczenie przesyłek za pośrednictwem Poczty Polskiej w formie kolportażu przesyłek bezadresowych zgodnie z obowiązującym regulaminem Poczty Polskiej.”

Dot. OPZ pkt. V 1. Nagrody w konkursie

Było: „1.1 Tablety - dla zwycięskiej szkoły 30 tableatów 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 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)

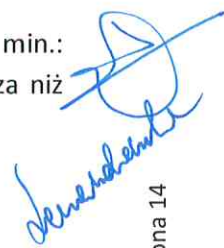
2 miejsce: Konsola do gier z kamera interaktywną i kontrolerem ruchu – 1 zestaw o wartości minimum 1000,00zł netto.

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."

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.

Przewidywany termin wycieczki do Pragi – czerwiec 2014 r. Zamawiający dopuszcza zakwaterowanie w hostelu. Zakwaterowanie powinno znajdować się maksymalnie do 20 km poza obrębem miasta.

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 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 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 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 (muzyka ze sprzętu, zaproponowana przez Wykonawcę i zatwierdzona przez Zamawiającego). Wykonawca odpowiedzialny będzie za zaproszenie gości drogą poczty tradycyjnej – przedstawicielei szkół, lokalnych władz, dziennikarzy oraz działaczy z organizacji pozarządowych. Ostateczną listę zaproszonych gości zatwierdzi Zamawiający."

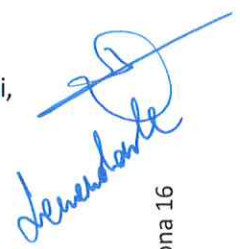
Jest: „Wykonawca zorganizuje uroczystą Galę rozdania nagród w ramach konkursu Zielony Las, która potrwa min.: 2h. Wykonawca wynajmie salę dla min. 100 osób. Galę powinien poprowadzić moderator/ wodzirej posiadający wiedzę i doświadczenie z zakresy współpracy z dziećmi, młodzieżą oraz prowadzenia podobnych 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 – przedstawicielei szkół, lokalnych władz, dziennikarzy oraz działaczy z organizacji pozarządowych. Ostateczną listę zaproszonych gości zatwierdzi Zamawiający. Maksymalna ilość osób zaproszonych na galę jaką przewiduje Zamawiający to 120 osób."

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, 4+0, 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, 4+0, 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. Zamawiający dopuszcza odstępstwo od podanego rozmiaru bawełnianej torby do maksymalnie 2 cm.”

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 21.03.2013. r. Godziny składania i otwarcia ofert pozostają bez zmian.

Z poważaniem ,

CZŁONEK ZARZĄDU
Pełnomocnik ds. Realizacji Projektu - MAO

mgr inż. Kazimierz Bączek


Kazimierz Bączek