



Gać, dnia 18.03.2013 r.

L.dz. ZGO-JRP 77/03/2013

**DO WSZYSTKICH WYKONAWCÓW
ZAINTERESOWANYCH ZŁOŻENIEM OFERTY**

W związku z opublikowaniem dnia 14 marca niepełnego **Pytania 83** od Wykonawcy, a w związku z tym niepełnej odpowiedzi, 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 ponownej odpowiedzi na **Pytanie 83** Wykonawcy do SIWZ:

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 Zamawiający wyraża zgodę na pozyskiwanie zdjęć i tekstów redakcyjnych od mediów do publikacji na stronie internetowej w formie materiałów bezpłatnych (za zgodą wydawcy) lub za opłatą za prawa autorskie i

Określone

Strona 1



licencje na zdjęcia, której wysokość nie będzie odbiegać od cen rynkowych za wykorzystanie innych równoważnych materiałów ?

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.

Zamawiający wyraża zgodę na pozyskiwanie zdjęć i tekstów redakcyjnych od mediów do publikacji na stronie internetowej w formie materiałów bezpłatnych (za zgodą wydawcy) lub za opłatą za prawa autorskie i licencje na zdjęcia, której wysokość nie będzie odbiegać od cen rynkowych za wykorzystanie innych równoważnych materiałów. Zmiana OPZ poniżej.

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”. 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.

Janina Kowalska



- 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;
 - 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 należywym wykonaniem zadania.

Zadanie zostanie wykonane zgodnie z harmonogramem kampanii zawartym w strategii.

Do obowiązków Zamawiającego należeć będzie wykupienie domeny."

Jana Dąbka

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 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.
 - 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;

Januszowski

- 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 (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. Zamawiający wyraża zgodę na pozyskiwanie zdjęć i tekstów redakcyjnych od mediów do publikacji na stronie internetowej w formie materiałów bezpłatnych (za zgodą wydawcy) lub za opłatą za prawa autorskie i licencje na zdjęcia, której wysokość nie będzie odbiegać od cen rynkowych za wykorzystanie innych równoważnych materiałów,
- 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.

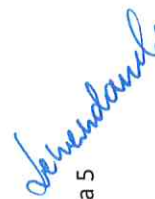
Zadanie zostanie wykonane zgodnie z harmonogramem kampanii zawartym w strategii.

Do obowiązków Zamawiającego należeć będzie wykupienie domeny."

Z poważaniem ,

CZŁONEK ZARZĄDU
Pełnomocnik ds. Realizacji Projektu - MRO

mgr inż. Kazimierz Bączek



Strona 5