

Gać, dnia 27.02.2013 r.

L.dz. ZGO-JRP 49/02/2013

**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 1

Dot. pkt. I 2.1.1. Dbillboard Serwisy I

Ilość: 350 000 pv – na wszystkich wymienionych portalach łącznie? Wykonawca ma zdecydować ile odsłon przeznaczyć na dany portal?

Odpowiedź Zamawiającego

Tak, na wszystkich portalach łącznie. Wykonawca winien dokonać równego podziału pomiędzy portalami.

Pytanie 2

Dot. pkt. I 2.1.2. Dbillboard Serwisy II

Ilość: 15 000 pv z geotargetowaniem każdorazowo w kolejnych miesiącach – tzn. 15 000 pv na miesiąc czy każdorazowo z geotargetowaniem? Wykonawca ma zdecydować ile odsłon przeznaczyć na dany portal?

Odpowiedź Zamawiającego

15 000 odsłon w ciągu miesiąca, w zależności od użytkowników, na dany portal. Wszystkie reklamy z geotargetowaniem.

Pytanie 3

Dot. pkt. I 2.2. Google

„Emisja reklamy w postaci kampanii graficznej (nie mniejsze niż: 300 x 250, 728 x90 pik) w serwisie www.google.pl. Reklama powinna wyświetlać się na stronach wyników wyszukiwania Serwisu Google oraz w obrębie sieci partnerskiej Google” – ile odsłon lub klików? Zamawiający ma na myśli reklamę graficzną w serwisach partnerskich i tekstową w wyszukiwarce? Tylko tak można przeprowadzić kampanię.

Odpowiedź Zamawiającego





Zamawiający ma na myśli 3200 odsłon. To działanie dotyczy reklamy w systemie AdWords Google. Reklama w postaci graficznej powinna się wyświetlać w wybranych witrynach Sieci partnerskiej Google a w wynikach wyszukiwania serwisu google.pl. w postaci tekstowej. Ma 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.

Pytanie 4

Dot. pkt. V 4. Działania promocyjne konkursu

Działania promocyjne konkursu na serwisach internetowych: sciaga.pl i edunews.pl - banery mają być zamieszczone w modelu flat fee czy na odsłony – jeśli tak, to ile? W portalu edupedia.pl i bryk.pl – Wykonawca ma zrealizować 1 mln pv czy do „do 1 mln pv”? Co Zamawiający rozumie pod pojęciem „do”?

Odpowiedź Zamawiającego

Na serwisach internetowych sciaga.pl i edunews.pl banery powinny być zamieszczone na odsłony Mają być widoczne przez okres podany w OPZ, chyba że wcześniej osiągną 1 mln odsłon – wtedy mogą zniknąć.

Pytanie 5

Dot. pkt. I 2.1.1. Dbillboard Serwisy I

Zamawiający pisze: „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, radiogram.pl, regional.pl, pik.wroclaw.pl, twojbrzeg.pl, oksodraopole.pl, 24opole.pl, opole.gazeta.pl, wroclaw.gazeta.pl. Ilość: 350 000 odsłon z geotargetowaniem w okresie trwania kampanii (...)”

Czy podana ilość odsłon zamieszczonych billboardów dotyczy łącznie wszystkich serwisów? Jeśli tak, to jaką ilość odsłon przewiduje Zamawiający na poszczególne serwisy?

Odpowiedź Zamawiającego

Tak łącznie wszystkich serwisów. Wykonawca winien dokonać równego podziału pomiędzy portalami.

Pytanie 6

Dot. pkt. I 2.1.2. Dbillboard Serwisy II

Zamawiający pisze: „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 (...)”

Czy podana ilość odsłon zamieszczonych billboardów dotyczy łącznie wszystkich serwisów? Jeśli tak, to jaką ilość odsłon przewiduje Zamawiający na poszczególne serwisy?

Manastach



Odpowiedź Zamawiającego

Tak łącznie wszystkich serwisów. Wykonawca winien dokonać równego podziału pomiędzy portalami.

Pytanie 7

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

Nie jest możliwe zamieszczenie tekstu o objętości 4 tys. znaków wraz z logotypami i zdjęciem na powierzchni ½ str., w związku z tym prosimy Zamawiającego o doprecyzowanie formatu artykułów sponsorowanych, mających ukazać się w prasie lokalnej.

Jaki maksymalny format artykułu sponsorowanego przewiduje Zamawiający?

Odpowiedź Zamawiającego

Tekst nie powinien zajmować mniej niż ½ strony więc może zajmować więcej, zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia 4 tys. znaków wraz z logotypami i zdjęciem.

Pytanie 8

Dot. pkt. II 1. Eventy

Zamawiający pisze: „*dodatkowo na każdym zorganizowanych wydarzeniu będzie utworzone stoisko (ścianka oraz namiot/nagłośnienie) (...)*”.

Czy Zamawiający zobowiązuje się do zapewnienie kolejnego zestawu – ścianka/namiot/nagłośnienie, w przypadku gdy imprezy będą odbywać się w tym samym czasie?

Odpowiedź Zamawiającego

Nie, Wykonawca musi tak odpowiednio ustawić imprezy podczas rozstrzygnięcia konkursu, aby nie były one realizowane w tym samym czasie.

Pytanie 9

Dot. pkt. II 2. Spotkania informacyjno-szkoleniowe

Zamawiający pisze: „Wykonawca zadania zorganizuje po 3 spotkania w 14 gminach – max.1 h, łącznie 42 spotkania.”

Jaka maksymalną ilość uczestników spotkań informacyjno-szkoleniowych przewiduje Zamawiający?

Odpowiedź Zamawiającego

Wykonawca zadania zorganizuje spotkania dla liczby osób nie mniejszej niż 30 i nie większej niż 50.

Pytanie 10

Dot. pkt. V 2. Zajęcia edukacyjne

Zamawiający pisze: „*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. (...) Wykonawca wybierze nauczyciela w oparciu o kryteria ustalone przez*

zamawiającego



Zamawiającego, wynagrodzenie dla nauczyciela w wysokości nie mniejszej niż 4000,00 zł brutto miesięcznie przez okres 10 miesięcy zgodnie z harmonogramem”.

Jaki rodzaj umowy ma być podpisany z nauczycielem, który przeprowadzi zajęcia edukacyjne w przedszkolach i szkołach podstawowych?

Odpowiedź Zamawiającego

Zamawiający pozostawia w gestii Wykonawcy jaką formę prawną ma przyjąć relacja pomiędzy nauczycielem a Wykonawcą.

Pytanie 11

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

Zamawiający pisze: „Wykonawca zorganizuje uroczystą Galę rozdania nagród w ramach konkursu Zielony Las, która potrwa min. 2 h. Wykonawca wynajmie sala dla min. 100 osób.”

Czy Zamawiający ma preferencje co do miejsca – miejscowości, gdzie ma odbyć się Gala?

Odpowiedź Zamawiającego

Odpowiedź znajduje się w Strategii kampanii – Załącznik nr 1 do OPZ.

Pytanie 12

Dot. pkt. VII 9. Plakaty (proboszczowie)

Zamawiający pisze: „Plakaty będą rozwieszane na tablicach ogłoszeń w kościołach.”

Czy Zamawiający zapewnia zgodę na rozmieszczenie ogłoszeń w kościołach i akceptację wizualizacji plakatu przez Kurię?

Odpowiedź Zamawiającego

Przed rozpoczęciem kampanii organizowane będą seminaria informacyjno-szkoleniowe dla proboszczów, informujące o planowanej kampanii promocyjno – informacyjnej, w związku z tym kurie będą zaangażowane w akcję i będą widziały o planowanych działaniach.

Pytanie 13

Dot. pkt. VII 10. Plakaty (szkoły)

Zamawiający pisze: „Plakaty będą również rozdawane dzieciom za aktywność podczas zajęć w szkołach”

Jakie zasady kolportażu plakatów w szkołach przewiduje Zamawiający?

Odpowiedź Zamawiającego

Nauczyciel prowadzący zajęcia będzie odpowiedzialny za kolportaż plakatów. Plakaty będą rozdawane podczas zajęć.

Pytanie 14

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

Zamawiający pisze: „wykonawca zapewni namiot reklamowo-wystawienniczy na venty w ramach konkursu „dziękujemy zaangażowanym” (...) wykonawca zapewni system nagłośnienia stoiska na ventach w ramach konkursu „dziękujemy zaangażowanym”.

Wenikowska



Kto dostarcza na eventy w ramach konkursu „dziękujemy zaangażowanym” namiot wraz z nagłośnieniem oraz gdzie ten zestaw eventowy ma być przechowywany?

Odpowiedź Zamawiającego

Zapewnienie namiotu wraz z nagłośnieniem oraz dostarczenie go każdorazowo na festiwal „dziękujemy zaangażowanym” leży po stronie Wykonawcy. Zamawiający pozostawia w gestii Wykonawcy, gdzie namiot wraz z nagłośnieniem ma być przechowywany. W razie potrzeby Zamawiający udostępni własną siedzibę w Gać do przechowywania w.w. sprzętu.

Pytanie 15

Dot. VII 16. Rozwieszanie plakatów i banerów

Zamawiający pisze: „Wykonawca będzie odpowiedzialny za rozwieszenie banerów w ilości 58 szt. oraz plakatów w ilości min. 2000 szt. na terenach wiejskich (gminy należącego obszaru objętego strategią) oraz 400 szt. na tablicach ogłoszeń parafialnych (...).”

Czy Zamawiający przedstawi listę miejsc, gdzie mają być rozwieszone plakaty i banery, a także uzyska na to zgodę oraz czy ewentualne opłaty za rozwieszenie plakatów i banerów są po stronie Zamawiającego?

Jeśli nie, to proszę o podanie tych kosztów.

Odpowiedź Zamawiającego

Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowanie listy miejsc i przedstawi ją Zamawiającemu do akceptacji. Wykonawca będzie także odpowiedzialny za uzyskanie zgody na ich rozmieszczenie i musi ponieść związane z tym koszty. Wyliczenie tych kosztów leży po stronie Wykonawcy.

Pytanie 16

Dot. pkt. I 2.2 Google

Zamawiający pisze: „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”.

Czy Zamawiający miał na myśli umieszczenie reklamy graficznej w systemie AdWords Google?. Reklamy umieszczone w przedmiotowym serwisie w formacie graficznym, wyświetlane są na wybranych witrynach Sieci partnerskiej Google, a nie w wynikach wyszukiwania strony google.pl. W wynikach wyszukiwania wyszukiwarki Google.pl wyświetlane są jedynie reklamy tekstowe.

Odpowiedź Zamawiającego

To działanie dotyczy reklamy w systemie AdWords Google. Reklama w postaci graficznej ma się wyświetlać w wybranych witrynach Sieci partnerskiej Google a w wynikach wyszukiwania serwisu google.pl w postaci tekstowej. Ma to być reklama kontekstowa pojawiająca się po wpisaniu przez

Własnoręcznie

użytkownika odpowiednich słów kluczowych i tylko osobom, posiadającym IP gmin, objętych zasięgiem kampanii. Reklama powinna być emitowana zgodnie z harmonogramem kampanii.

Pytanie 17

Dot. pkt. III 2. Strona internetowa kampanii

Zamawiający pisze: „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 (...)

Czy Wykonawca ma uruchomić i hostować (utrzymywać serwis) na własnych serwerach?

Odpowiedź Zamawiającego

Wykonawca powinien uruchomić i utrzymywać serwis na własnych lub wykupionych przez siebie serwerach.

Pytanie 18

Dot. pkt. III 2. Strona internetowa kampanii

Zamawiający pisze: „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 (...)

Czy treści umieszczane przez Wykonawcę będą zatwierdzane (moderowane) przez wyznaczoną osobę przez Zamawiającego?

Odpowiedź Zamawiającego

Tak, treści zamieszczane na stronie będą zatwierdzane przez Zamawiającego.

Pytanie 19

Dot. pkt. III 2. Strona internetowa kampanii

Zamawiający pisze: „Jako efekt rzeczowy realizacji zadania przyjmuje się ilość wejść na stronę internetową. Minimalna ilość to 5000 użytkowników (...)

Czy ilość wejść na stronę w liczbie 5 000 użytkowników ma się odbyć w ciągu całego trwania kampanii? Czy mają to być unikalne wejścia na stronę – czy ilość odsłon strony?

Odpowiedź Zamawiającego

Ilość 5000 odsłon, ma się dokonać w czasie trwania całej kampanii. Odsłony rozumiemy jako unikalne wejścia na stronę.

Pytanie 20

Dot. I 1. Reklamy prasowe

Czy w ramach kampanii prasowej planują Państwo reklamy kolorowe czy czarno-białe?



Odpowiedź Zamawiającego

Zamawiający planuje reklamy kolorowe.

Pytanie 21

Dot. I 5. Billboardy

Kampania billboardowa zakłada banery teaserowe i właściwe. Czy to oznacza, że Wykonawca ma розміścić billboardy w 10 wyznaczonych przez Państwa miejscach i po miesiącu zamienić b. teaserowe na b.właściwe?

Tak, zgodnie z Harmonogramem Kampanii – Załącznik nr 2 do OPZ.

Pytanie 22

Dot. pkt. I 2.2. Google

W punkcie 2.2 piszą Państwo: „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.”

Niestety na stronach wyszukiwania serwisu Google da się zamieścić tylko reklamy tekstowe. Czy mogą się Państwo odnieść do tego?

Odpowiedź Zamawiającego

To działanie dotyczy reklamy w systemie AdWords Google. Reklama w postaci graficznej ma się wyświetlać w wybranych witrynach Sieci partnerskiej Google a w wynikach wyszukiwania serwisu google.pl w postaci tekstowej. Ma 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.

Pytanie 23

Dot. pkt. I 2.2. Google

Ponadto, piszą Państwo o odpowiednich słowach kluczowych, po wpisaniu których mieszkańcy z obszaru objętego zasięgiem kampanii będą mogli zobaczyć reklamę kontekstową. Mogą Państwo zdradzić o jaką liczbę i jakie słowa dokładnie chodzi?

Odpowiedź Zamawiającego

Słowa do reklamy kontekstowej zostaną ustalone z Wykonawcą podczas realizacji kampanii.

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:

Janusz...



Dot. pkt. I 2.1.1. Dbillboard Serwisy I

Było: „Emisja reklamy w/w kampanii w postaci: dbillbordu 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).”

Jest: „Emisja reklamy w/w kampanii w postaci: dbillbordu 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). Wykonawca winien dokonać równego podziału 350 000 odsłon pomiędzy portalami.”

Dot. pkt. I 2.1.2. Dbillboard Serwisy II

Było: „Emisja reklamy kampanii w postaci: dbillbordu 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).”

Jest: „Emisja reklamy kampanii w postaci: dbillbordu 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.”

Dot. I 2.2. Google

Było: „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

Serniowski



osobom, posiadającym IP gmin, objętych zasięgiem kampanii. Reklama powinna być emitowana zgodnie z harmonogramem kampanii.”

Jest: „Emisja reklamy w postaci kampanii graficznej (nie mniejsze niż: 300 x 250, 728 x90 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.”

Dot. II 2. Spotkania Informacyjno-szkoleniowe:

Było: „Wykonawca zadania zorganizuje po 3 spotkania w 14 gminach – max.1 h, łącznie 42 spotkania.”

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.”

Z poważaniem,

CZŁONEK ZARZĄDU
Pełnomocnik ds. Realizacji Projektu - MAO

mgr inż. Kazimierz Bączek

Handwritten signature