



URZĄD MARSZAŁKOWSKI
WOJEWÓDZTWA LUBUSKIEGO

65-057 Zielona Góra
ul. Podgórna 7
tel. +48 /68/456 52 00, 320 20 37
fax +48 /68/456 52 96
www.lubuskie.pl

DA.III.272.2.34.2017

Zielona Góra, 2017 - 07 - 17

WYJAŚNIENIA I ZMIAN TREŚCI ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA (1)

dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego na podstawie przepisów art. 138o ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2015 roku, poz. 2164 z późn. zm.) dotyczących zamówień na usługi społeczne i inne szczególne usługi pn.: „**Kompleksowa organizacja ogólnopolskiej konferencji gospodarczej.**”

W związku z wpłynięciem w przedmiotowym postępowaniu pytań od Wykonawcy, zgodnie z zapisami Rozdziału 8 Istotnych warunków Zamówienia, Zamawiający przytacza treść pytań i udziela odpowiedzi oraz dokonuje zmiany treści IWZ:

Pytanie 1:

„W nawiązaniu do przetargu o nr DA.III.272.2.34.2017 zwracamy się z prośbą o zmianę zapisu dotyczącego koordynatora poprzez uznanie konferencji gospodarczych ogólnokrajowych i nie zawężanie tego kryterium do działania wyłącznie w obrębie Polski i konferencji ogólnopolskich.

Rozumiemy ratio legis doświadczenia koordynatora przy realizacji kongresów i wydarzeń gospodarczych o charakterze ogólnokrajowym, w którym uczestniczyło przynajmniej 300 osób, ale zawężanie tego wyłącznie do terenu Polski wydaje się nie uzasadnionym ograniczeniem konkurencji.”

Odpowiedź:

W warunkach przystąpienia do przetargu Zamawiający nie wprowadził ograniczenia do wykazania przez Wykonawcę doświadczenia w organizacji konferencji tylko ogólnopolskich, tj. dopuszcza Wykonawców, którzy posiadają doświadczenie w organizacji konferencji również poza Polską. Kryterium oceny Koordynatora skupia się na jego doświadczeniu w organizacji konferencji ogólnopolskich, gdyż Zamawiającemu zależy na osobie zaznajomionej w sytuacji gospodarczej Polski, znajomości oferty moderatorów i prelegentów polskich oraz Koordynatora, który ze względu na szerokie znajomości będzie w stanie zapewnić uczestnictwo przynajmniej 300 gości na konferencji z całej Polski. Zamawiający nie przewiduje międzynarodowego charakteru organizowanej konferencji, dlatego też



przyzna punkty tym, którzy wykażą się doświadczeniem na terenie Polski. W związku z tym Zamawiający nie przewiduje wprowadzenia zmiany i rozszerzenia tego kryterium. Jednocześnie chcemy podkreślić, że nie ogranicza to konkurencji i nie przekreśla możliwości przedstawienia oferty przez wiele firm działających na rodzimym rynku.

Pytanie nr 2:

„pkt. 10 c - wyemitowanie 10 zaproszeń - czy może to być 1 gazeta i 4 emisje rozłożone w czasie? czy mają być 4 różne gazety?”

Odpowiedź:

Zamawiający dopuszcza emisję w jednej gazecie rozłożone w czasie.

Pytanie nr 3:

„pkt. 10 f - zapewnienie 2 materiałów prasowych w dziennikach ogólnopolskich - ? - jakiego typu mają to być materiały ? relacje po konferencji ? inna forma zaproszenia aniżeli w pkt. 10 c?”

Odpowiedź:

Zamawiający wymaga by przed konferencją (dlatego użył wyrażenia „kampania promująca”) ukazały się dwa materiały prasowe, które nie będą typową reklamą a artykułem zapowiadającym i promującym wydarzenie. Może to być wywiad z ciekawym gościem, który wystąpi na konferencji, artykuł o programie, panelach, o województwie lubuskim i jego potencjale gospodarczym itp. Zamawiający zastrzega, że nie może to być typowa reklama.

Pytanie nr 4

„pkt 10 h - nie do wycenienia bez podanej ilości nośników”

Odpowiedź:

billboardy – 18” wraz z oświetleniem znajdujące się w centrach miast lub przy głównych szlakach komunikacyjnych – razem 24 sztuki po 3 w każdym z wymienionych miast;
citylight – przystanki autobusowe – 80 - po 10 w każdym z wymienionych miast;
megaboard – 3 reklamy wielkoformatowe o powierzchni minimum 18x6 metrów, znajdujące się przy autostradach i drogach ekspresowych w obrębie województwa lubuskiego.

Pytanie nr 5

„pkt. 11 - Jak mają być realizowane vouchery na przeprowadzenie kampanii medialnej? Wykonawca przekazuje voucher na konkretny kanał promocji, czy jest tu dowolność obdarowanego? Czy może nagrodzeni otrzymują po 20.000 zł i pożytkują to wg własnego uznania na wybrane media ?”



Odpowiedź:

Wykonawca przekazuje voucher o wartości 20 tys. każdy (razem 4) na przeprowadzenie kampanii medialnej. O tym jak zostaną wykorzystane decyduje sam obdarowany. To zwycięzca w dalszej kolejności przedstawi Zamawiającemu raport wraz z fakturami z przeprowadzonej kampanii.

Pytanie nr 5 :

„III, pkt. 1 Spotkania B2B – z kim mają się spotkać lubuscy przedsiębiorcy – kim mają być partnerzy biznesowi ? – firmy z innego województwa ? czy firmy z lubuskiego ? Czy dowolnie? Jakie branże mają być zrekrutowane?”

Odpowiedź:

Zamawiający dopuszcza dowolne branże oraz partnerów zarówno z województwa lubuskiego, jak i spoza regionu.

Mając na względzie powyższe wyjaśnienia Zamawiający informuje o wprowadzeniu następujących zmian w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia, stanowiącym załącznik nr 1 do IWZ i umowy:

pkt. I, ppkt. 10 c

Było: „wyemitowaniu zaproszenia Marszałka Województwa Lubuskiego, zgodnego z wizualizacją, w materiałach prasowych (nakład ogólnopolski) w ilości 4 sztuk - format co najmniej pół strony”.

Jest: „wyemitowaniu zaproszenia Marszałka Województwa Lubuskiego, zgodnego z wizualizacją, w materiałach prasowych (nakład ogólnopolski) w ilości 4 sztuk - format co najmniej pół strony; Zamawiający dopuszcza emisję w jednej gazecie w odstępach czasowych”.

pkt. I, ppkt. 10 f

Było: „zapewnieniu przynajmniej dwóch materiałów prasowych w dziennikach ogólnopolskich”;

Jest: „zapewnieniu przynajmniej dwóch materiałów prasowych w dziennikach ogólnopolskich; Zamawiający wymaga by przed konferencją ukazały się dwa materiały prasowe, które nie będą typową reklamą a artykułem zapowiadającym i promującym wydarzenie”.

pkt. I, ppkt. 10h:

Było: „przeprowadzeniu kampanii outdoorowej na terenie Polski; do zadań Wykonawcy będzie należało przygotowanie do druku, druk, montaż i demontaż materiałów, na nośnikach takich jak: megaboard na autostradach w obrębie województwa lubuskiego, bilbordy, citylight, ramki w środkach komunikacji miejskich (w największych miastach Polski), na okres 30 dni przed Konferencją. Miasta: Katowice, Warszawa, Wrocław, Gdańsk, Poznań, Łódź, Lublin, Zielona Góra. Czas ekspozycji: 30 dni”;

Jest: „przeprowadzeniu kampanii outdoorowej na terenie Polski (w największych miastach Polski), na okres 30 dni przed Konferencją. Miasta: Katowice, Warszawa, Wrocław, Gdańsk, Poznań, Łódź, Lublin,



Zielona Góra. Czas ekspozycji: 30 dni. Do zadań Wykonawcy będzie należało przygotowanie do druku, druk, montaż i demontaż materiałów, na nośnikach takich jak:

- a. billboardy – 18” wraz z oświetleniem znajdujące się w centrach miast lub przy głównych szlakach komunikacyjnych – razem 24 sztuki po 3 w każdym z wymienionych miast;
- b. citylight – przystanki autobusowe – 80 - po 10 w każdym z wymienionych miast;
- c. megaboard – 3 reklamy wielkoformatowe o powierzchni minimum 18x6 metrów, znajdujące się przy autostradach i drogach ekspresowych w obrębie województwa lubuskiego;
- d. środki komunikacji miejskich.

pkt. III., pkt. 3

Było: „Profile firm do spotkań B2B zostaną przesłane Zamawiającemu drogą elektroniczną via e-mail w terminie najpóźniej 10 dni roboczych przed dniem rozpoczęcia Konferencji. Zamawiający dokona zatwierdzenia powyższych danych w ciągu 1 dnia roboczego. Zamawiający dopuszcza parowanie firm polsko-polskich”.

Jest: „Profile firm do spotkań B2B zostaną przesłane Zamawiającemu drogą elektroniczną via e-mail w terminie najpóźniej 10 dni roboczych przed dniem rozpoczęcia Konferencji. Zamawiający dokona zatwierdzenia powyższych danych w ciągu 1 dnia roboczego. Zamawiający dopuszcza parowanie firm polsko-polskich oraz dowolne branże i partnerów z województwa lubuskiego i spoza regionu”.

z up. MAJ SZALKA WOJEWÓDZTWA
Krzyszyna Podgórnio-Kocowicz
Kierownik Wydziału
Zamówień Publicznych

