

Toruń, 06.10.2016 r.

WZP.272.27.2016

ODPOWIEDZI NA PYTANIA

Informuję, iż w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego, którego przedmiotem jest przygotowanie i przeprowadzenie kampanii medialnej o szerokim zasięgu informującej o perspektywie finansowej na lata 2014-2020 w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego, wpłynęły pytania, których treść zamieszczam poniżej:

PYTANIE :

Prosimy o wyjaśnienie rozbieżności związanych ze Specyfikacją Istotnych Warunków Zamówienia, a pismem „Odpowiedzi na pytania WZP.272.27.2016 z dnia 05.10.2016.” W punkcie XIV SIWZ „OPIS KRYTERIÓW, KTÓRYMI ZAMAWIAJĄCY BĘDZIE SIĘ KIEROWAŁ PRZY WYBORZE OFERTY WRAZ Z PODANIEM ZNACZENIA TYCH KRYTERIÓW I SPOSOBU OCENY OFERT” punkt 1 a) a. podano, że 0-9 punktów przyznane zostanie przy narzędziach internetowych, które (cytuje) „nie obejmują portali społecznościowych, wyszukiwarek internetowych...” Stoi to w zupełnej sprzeczności z dzisiaj otrzymanym od Państwa pismem „Odpowiedzi na pytania”, gdzie w odpowiedzi na pytanie 3 udostępniają Państwo wręcz swoje profile na Facebooku oraz YouTube pod mediaplany. Konstruując nasz mediaplan opieraliśmy się na SIWZ i zakazie użycia portali społecznościowych, a ich brak w sposób istotny, wręcz decydujący ma wpływ na zmniejszenie możliwości targetowania reklam i ich skuteczności. W naszym przypadku jest to również kompletna przebudowa całego mediaplanu. Prosimy o ustosunkowanie się do tej rozbieżności i określenie których z portali wolno nam użyć, a których nie.

Prosimy również o rozpatrzenie możliwości przedłużenia terminu składania ofert do 14.10.2016 r., co pozwoli nam na złożenie równorzędnej dla konkurencji oferty

ODPOWIEDŹ:

Zamawiający odpowiadając na pytanie dotyczące udostępnienie mediów społecznościowych typu Facebook i YouTube w żadnym miejscu nie wskazał, że narzędzia te będą punktowane. Zgodnie z kryteriami oceny z rozdziałem XIV SIWZ „Opis kryteriów, którymi Zamawiający będzie się kierował przy wyborze oferty wraz z podaniem znaczenia tych kryteriów i sposobu oceny ofert” punkt 1) podpunkt 1 litera a) tiret a. Zamawiający za wskazanie portali społecznościowych (w tym Facebook, YouTube), wyszukiwarek internetowych oraz wszelkich stron instytucji, firm oraz samorządów przyzna 0 punktów. Nie mniej nie wyklucza zastosowania ww. narzędzi celem wzmocnienia przekazu kampanii.

UWAGA

Jednocześnie informuję, iż wyznaczony na dzień 10 października 2016 roku godz. 10:00 termin składania ofert nie ulega zmianie

Przewodniczący Komisji Przetargowej

/-/ Olgierd Sobkowiak