

Warszawa, dnia 23 maja 2014 roku

Odpowiedzi na pytania do zapytania ofertowego z dnia 16 maja 2014 dotyczącego wyłonienia organizatora konferencji i promocji projektu (realizacja zasady konkurencyjności POKL)

Zamawiający niniejszym udziela odpowiedzi na pytania Wykonawców zainteresowanych złożeniem oferty. W celu zachowania zasady równego traktowania wykonawców odpowiedzi zostały przesłane do wszystkich zainteresowanych postępowaniem.

Pytania dotyczące broszury informacyjnej:

Czy koncepcja broszury ma być załączona do oferty składanej przez Wykonawcę?

Czy chodzi o przygotowanie layoutu okładki i przykładowej strony z opisem projektu? Czy będzie to wystarczające?

Co Zamawiający ma na myśli pisząc, iż Wykonawca przedstawi w ofercie "wstępną koncepcję broszury". Czy wykonawca musi przedstawić grafikę broszury czy tylko koncepcję w formie opisowej?

Jakie założenia należy przyjąć do wyceny broszury /liczba stron, gramatura, format broszury?

Z jakich elementów składa się biuletyn - teksty, bulety, tabele, wykresy, fotografie?

Czy znaki graficzne (kolorowe kółka) używane w Waszych publikacjach muszą być elementem graficznym biuletynu?

Zamawiający nie oczekuje na etapie składania ofert propozycji graficznej broszury. Prosimy nie dołączać projektów/koncepcji graficznych do oferty. Zamawiający oczekuje jedynie wstępnego opisu słownego broszury (np. jaki format, kolorystyka, gramatura papieru). W kryteriach oceny nie przewidziano oceniania założeń graficznych – te zostaną dopiero dopracowane na etapie współpracy z wyłonionym Wykonawcą.

Zgodnie z opisem broszury w zapytaniu ofertowym, broszura ma zawierać jedynie syntetyczne informacje o produktach projektu (dwa podręczniki, które zostaną umieszczone na stronie www.mus.edu.pl w czerwcu 2014 roku), krótką informację o korzyściach z zastosowania narzędzi MUS w administracji i informacje, gdzie można znaleźć pliki oraz jak skontaktować się z zespołem projektu.

Zamawiający szacuje, że na broszurze nie powinno się znaleźć więcej, niż 2000 znaków. Do tego 2-3 znaki graficzne związane z modelem organizacyjnego uczenia się, który to model zamawiający przekaże Wykonawcy w edytowalnym pliku w czerwcu, po zamknięciu prac redakcyjnych nad podręcznikami. Kola z okładek dwóch pierwszych książek projektu MUS dostępnych na stronie www.mus.edu.pl nie będą stanowiły elementu broszury. Format broszury i gramatura pozostają do wyboru Wykonawcy – mają być spójnym elementem zaproponowanej koncepcji.

Pytanie dotyczące wartości zamówienia:

Zgodnie z prawem zamówień publicznych i jawnością procedury przetargowej zwracam się z prośbą o przesłanie protokołu postępowania wraz z informacją o wartości zamówienia wpisanej do w/w protokołu.

Zamawiający oszacował, iż wartość zamówienia nie powinna przekroczyć 30 000 euro neto, co stanowi próg stosowania Ustawy Prawo Zamówień Publicznych. Procedura wyłonienia wykonawcy prowadzona jest więc w oparciu o zasadę konkurencyjności opisaną w wytycznych POKL, w ramach której wzór protokołu nie pokrywa się z wzorem stosowanym w ramach prawa zamówień publicznych (nie zawiera m.in. szacowanej wartości zamówienia).

Pytania dotyczące posiadanego doświadczenia:

Czy wystarczy przedstawienie dokumentów (referencji) potwierdzających organizację 3 konferencji, w ramach których wykonawca, był odpowiedzialny za zapewnienie: cateringu, zakwaterowania, sal konferencyjnych wraz z wyposażeniem, rejestrację i rekrutację uczestników, obsługę fotograficzną, przygotowanie i druk materiałów, promocyjno-konferencyjnych itp. na kwotę co najmniej 40000,- netto każde. Czy obligatoryjne jest, aby Wykonawca w ramach wymaganego doświadczenia, udokumentował realizację kampanii promocyjno-reklamowych?

*Ze względu na fakt, iż istotnym elementem zamówienia jest organizacja działań promocyjnych, związanych z angażowaniem mediów i publikacją materiałów w mediach (zarówno tradycyjnych, jak i portalach internetowych), **Zamawiający oczekuje od Oferentów wskazania wcześniej realizowanych projektów w tym właśnie zakresie, zatem wśród wskazywanych w ofercie zrealizowanych wcześniej usług muszą być także usługi związane z prowadzeniem działań informacyjno-promocyjnych w mediach.***