



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Maciej Jabłoński
Dyrektor Generalny Urzędu
Ochrony Konkurencji
i Konsumentów

DBA-2/240-44/2016

Warszawa, 22 września 2016 r.

Wszyscy uczestnicy postępowania

Informacja z zebrania Wykonawców

Uprzejmie informuję, iż w dniu 14 września 2016 r. odbyło się zebranie dotyczące treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia (dalej „SIWZ”), w którym uczestniczyli przedstawiciele Zamawiającego oraz Wykonawców zainteresowanych udziałem w postępowaniu przetargowym na „Przygotowanie kampanii społecznej dotyczącej pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich”. Na spotkaniu przedstawiciele Zamawiającego udzielali wyjaśnień dotyczących wątpliwości Wykonawców do treści SIWZ, zarówno tych wyrażonych w trakcie zebrania, jak też złożonych standardowym trybem zapytań (drogą elektroniczną).

Poniżej zostały przedstawione zapytania wykonawców wraz z odpowiedziami Zamawiającego, które z chwilą ich zamieszczenia na stronie internetowej Zamawiającego stają się integralną częścią SIWZ.

Pytanie 1

Pytanie dotyczy zapisów pkt.1.2.1.1. Części II lit. A SIWZ

Czy dobrze rozumiem, że jedna z kampanii społecznych, jakie Wykonawca przeprowadził w ciągu ostatnich trzech lat ma obejmować pełen zakres usług i w jej ramach powinny być przygotowane: kreacja, produkcja spotu, banerów i strony www? Czy dopuszczają Państwo możliwość, że część usług jest wykonana w ramach jednej kampanii, a część w ramach innej?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż w celu spełnienia warunku udziału określonego w punkcie 1.2.1.1 części II SIWZ Wykonawca powinien wykazać m.in., że w ciągu ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy, w tym okresie wykonał, a w przypadku usług ciągłych lub okresowych wykonuje **co najmniej jedną kampanię społeczną obejmującą łącznie** przygotowanie kreacji, spotu, banerów i stron www kampanii.

Zamawiający **nie dopuszcza**, aby część usług została wykonana/jest wykonywana w ramach jednej kampanii, a część w ramach innej.

Pytanie 2

Czy agencja ma również zaplanować zakup mediów czy zakup mediów będzie realizowany na podstawie innego przetargu? Powodem pytania jest fakt, że kreacje (bannery, spoty, strona www) są częścią działań promocyjnych w ramach kampanii i bez wsparcia mediowego nie są one efektywne, a o samym zakupie mediów w dokumentacji przetargu nie jest wspomniane.

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż przedmiot zamówienia **nie obejmuje** zaplanowania i zakupu mediów.

Pytanie 3

Czy skrót ADR ma być komunikowany w kampanii (czy mamy budować jego świadomość)?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż skrót ADR **nie powinien być komunikowany** w kampanii, co wynika ze strategii przekazu (zgodnie z treścią pkt. VI,

część A załącznika nr 1 do SIWZ), opartej na wynikach badań znajomości ADR (załącznik nr 10 do SIWZ).

Pytanie 4

W części A punkcie VII.2 załącznika nr 1 napisane jest: „Spoty mają być przygotowane dla 4 grup docelowych – dobranych pod względem bohatera (kryteriami są wiek i płeć) oraz produktu/usługi”. Czy wspomniane 4 grupy docelowe mają zostać zaproponowane przez Agencję? W dokumentach przetargowych nie zostały one wyszczególnione.

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż cztery grupy docelowe powinny być zaproponowane i zdefiniowane przez Wykonawcę, bazując na ogólnej grupie docelowej wskazanej w pkt. V część A załącznika nr 1 do SIWZ, według kryteriów bohatera (zróżnicowanie pod kątem wieku i płci) oraz produktu/usługi, czyli urządzeniach mobilnych i akcesoriach oraz usługach – telekomunikacyjnych i finansowych (pkt. VII część A załącznika nr 1 do SIWZ).

Zamawiającemu zależy na przekazaniu uniwersalnej, szerokiej idei systemu ADR i odniesieniu się zarówno do sytuacji zakupu rzeczy, jak i usługi. Zamawiający pozostawia Wykonawcy dowolność typologii podgrup ze wskazaniem jednak, aby pokrywała się ona w możliwie maksymalnym stopniu z ogólną grupą docelową wskazaną przez Zamawiającego i uwzględniała zróżnicowane sytuacje reklamacyjne. Ponadto Zamawiający zwraca uwagę na zdiagnozowane bariery przy korzystaniu z pozasądowego rozwiązywania sporów, wśród których jest m.in. mała wartość bądź bardzo duża wartość przedmiotu/usługi (pkt. III, część A załącznika nr 1 do SIWZ).

Pytanie 5

W części A punkcie VII.2 załącznika nr 1 napisane jest: „Przez sformułowanie „cztery animowane spoty” Zamawiający rozumie przygotowanie jednego spotu, na podstawie którego wykonane zostaną uzupełnienia i przygotowane 3 dodatkowe wersje zmodyfikowane pod kątem grup docelowych (czyli 1 spot oraz 3 jego wersje dla wskazanych grup docelowych).” Prosimy o przykładowe wyjaśnienie w jaki sposób jeden spot miałby zostać zmodyfikowany i na jego podstawie miałyby zostać stworzone 4 wersje? W oparciu o nasze doświadczenie w praktyce oznacza to nakręcenie 4 spotów, a nie 1 z 3 modyfikacjami. Spot tworzony jest na podstawie wcześniej stworzonych i „zamkniętych” materiałów, których nie da się zmodyfikować (np. podmienić aktora, całą sceny).

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż przez sformułowanie „cztery animowane spoty” Zamawiający rozumie przygotowanie **jednego szablonu animacyjnego spotu**, a następnie na jego podstawie opracowanie i wyprodukowanie pozostałych wersji spotu, spójnych pod względem przekazu i koncepcji.

Pytanie 6

Nawiązując do pytania nr 4 – czy budżet podany w części C w punkcie I załącznika nr 1 uwzględnia fakt, że konieczne jest nakręcenie 4 oddzielnych spotów? W naszej opinii jest to dość niski budżet jak na tę liczbę materiałów.

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż przewidziany budżet dotyczy **łącznie wszystkich elementów przedmiotu zamówienia**, zgodnie z treścią pkt. 3 części I SIWZ. Oznacza to, że w ramach tej kwoty Zamawiający przewiduje m.in. wyprodukowanie czterech animowanych spotów.

Pytanie 7

W części A punkcie VII.3. załącznika nr 1 napisane jest: „statyczne (jpg/png/gif) i/lub dynamiczne – do rekomendacji przez wykonawcę”. Format (statyczny albo dynamiczny) jest

zależny od mediaplanu, a z dokumentów przetargowych wynika, że zakup mediów nie wchodzi w zakres zamówienia. Prosimy więc o wyjaśnienie czy po zaproponowaniu danego formatu, podmiot odpowiedzialny za zakup mediów dostosuje mediaplan do naszej rekomendacji (co jest rzadko spotykaną praktyką).

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż Wykonawca powinien zarekomendować format banerów - statyczne (jpg/png/gif) i/lub dynamiczne (zgodnie z treścią pkt. VII, część A załącznika nr 1 do SIWZ). W trakcie realizacji umowy, w trybie roboczym, Zamawiający w porozumieniu z Wykonawcą ustali ostateczny format banerów.

Pytanie 8

W części C w punkcie I załącznika nr 1 został wyszczególniony budżet. Czy jest to kwota, której nie można przekroczyć, a może jest to rekomendowana kwota, w której należy zaplanować kreacje?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż podana kwota 246 000 zł brutto jest kwotą zaplanowaną przez Zamawiającego na realizację przedmiotu zamówienia.

Pytanie 9

W części C w punkcie I załącznika nr 1 napisane jest: „246 000 zł brutto, w tym wynagrodzenie wykonawcy”. Prosimy o wyjaśnienie jak rozumiane jest wynagrodzenie wykonawcy, bo w naszej opinii cały budżet stanowi wynagrodzenie wykonawcy, stąd nie do końca zrozumiałe jest użycie zwrotu „w tym...”.

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż Zamawiający przez „wynagrodzenie Wykonawcy” rozumie kwotę, która pozostaje Wykonawcy po odliczeniu wszystkich kosztów poniesionych w związku z realizacją wszystkich elementów przedmiotu zamówienia (zgodnie z treścią pkt. 3 część I SIWZ).

Pytanie 10

W części C w punkcie II załącznika nr 1 każdej z pozycji przypisana została procentowa wartość wynagrodzenia. W związku z tym czy wymogiem jest, aby budżet na te poszczególne pozycje przedstawiony w ofercie dokładnie pokrywał się z progami procentowymi?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż budżet powinien być przygotowany przez Wykonawcę **zgodnie z etapami realizacji umowy i pokrywać się z progami procentowymi** przedstawionymi w treści pkt. II, część C załącznika nr 1 do SIWZ. Należy przy tym zauważyć, iż Zamawiający wymaga od Wykonawcy określenia w Formularzu ofertowym całkowitego ryczałtowego wynagrodzenia za wykonanie przedmiotu zamówienia w zakresie przygotowania kampanii, nie wymagając rozpisania tej kwoty na poszczególne etapy zamówienia.

Pytanie 11

W części C w punkcie II załącznika nr 1 przypisana została procentowa wartość wynagrodzenia oprócz pozycji obsługi technicznej systemu CMS przez okres 12 miesięcy. Czy w takim razie budżet na tę pozycję nie jest uwzględniony w kwocie 246 000 zł brutto podanej w części C w punkcie I załącznika nr 1?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż obsługa techniczna systemu CMS jest uwzględniona w budżecie 246 000 zł brutto. Zgodnie z formularzem ofertowym stanowiącym załącznik nr 7 do SIWZ, **całkowite wynagrodzenie** za realizację przedmiotu zamówienia wynosi **cenę ryczałtową za wykonanie przedmiotu zamówienia w zakresie przygotowania kampanii** (opracowanie idei kreatywnej oraz hasła kampanii

społecznej dotyczącej pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich, w oparciu o tę koncepcję: wyprodukowanie 4 animowanych spotów w wersji do Internetu i VoD oraz na ekrany LCD, np. w komunikacji miejskiej, przygotowanie 2 linii kreacyjnych banerów w 10 najpopularniejszych formatach na potrzeby działań w Internecie, przygotowanie strony www kampanii w języku polskim) oraz **wynagrodzenie za realizację zamówienia w ramach świadczenia usługi obsługi technicznej systemu CMS za okres 12 miesięcy.**

Pytanie 12

Prosimy o wyjaśnienie czy możliwość rozszerzenia obsługi technicznej o kolejne 12 miesięcy ma zostać wyceniona poza budżetem przedstawionym w części C w punkcie I załącznika nr 1.

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż możliwość rozszerzenia obsługi technicznej o kolejne 12 miesięcy powinna zostać wyceniona **poza podanym budżetem 246 000 zł brutto**. Zamawiający przypomina, że w okresie zleconym w ramach tzw. „prawa opcji” Wykonawca zobowiązany będzie świadczyć usługi obsługi technicznej systemu CMS na tych samych warunkach cenowych określonych dla podstawowego okresu 12 miesięcy.

Pytanie 13

W części B w punkcie I.2.2. napisane jest: „menu – główne, górne i dolne; przyciski: drukuj, powiększ, pomniejsz, podziel się (*social media*)”. Czy przez powiększenie/pomniejszenie rozumiane jest zmiana wielkości wyłącznie tekstów czy także innych elementów graficznych?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż przyciski powiększenia/pomniejszenia serwisu powinny umożliwiać zmiany wielkości **wyłącznie tekstów**.

Pytanie 14

Czas realizacji serwisu wynosi 6 tygodni od podpisania umowy. Rozumiemy, że w przypadku opóźnień nie wynikających z winy Agencji (a np. przez wydłużające się terminy akceptacji po stronie Zamawiającego) czas ten zostanie odpowiednio wydłużony i Agencja nie poniesie odpowiedzialności za przekroczenie terminu 6 tygodni?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż termin na stworzenie kompletnie funkcjonującej strony internetowej to 6 tygodni od daty zawarcia umowy. Zamawiający w terminie 10 dni kalendarzowych będzie mógł wnieść poprawki/uwagi do serwisu, które Wykonawca w ciągu kolejnych 7 dni kalendarzowych będzie zobligowany uwzględnić. W przypadku kolejnych uwag obowiązuje ścisła współpraca pomiędzy Zamawiającym a Wykonawcą w celu jak najszybszego uzgodnienia finalnej wersji strony internetowej.

Zgodnie z treścią § 4 pkt 2 Istotnych Postanowień Umowy, stanowiących załącznik nr 8 do SIWZ, **dopuszcza się zmiany harmonogramu prac**, polegające na zmianie terminów wykonania i przekazania Zamawiającemu poszczególnych etapów, **o ile zmiany te nie spowodują zmiany terminu 11 tygodni** od dnia podpisania umowy. W przypadku wystąpienia okoliczności leżących po stronie Zamawiającego, powstałych na skutek sytuacji i okoliczności nieznanych przed podpisaniem umowy, a wpływających bezpośrednio na dotrzymanie przez Wykonawcę terminu 11 tygodni od dnia podpisania umowy, Strony umowy zgodnie uzgodnią nowy termin realizacji umowy. Zmiana ta może nastąpić wyłącznie w formie pisemnego aneksu do umowy, pod rygorem nieważności.

Pytanie 15

W części B w punkcie I.2 napisane jest, że za przygotowanie rejestru odpowiada Wykonawca. Czy oznacza to, że Wykonawca otrzyma od zamawiającego wszystkie niezbędne dane

dotyczące podmiotów, które mają być wyszczególnione w rejestrze czy też Wykonawca we własnym zakresie będzie musiał kontaktować się z podmiotami w celu zebrania danych?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż zgodnie z treścią § 4 pkt 4 Istotnych Postanowień Umowy, stanowiących załącznik nr 8 do SIWZ, **Zamawiający zobowiązuje się do przekazania Wykonawcy nieodpłatnie, materiałów merytorycznych i graficznych** niezbędnych do realizacji zadania będącego przedmiotem umowy w celu ich zamieszczenia w produktach będących wynikiem realizacji zadania. Materiały przekazywane będą w postaci plików graficznych (logotypów, znaków towarowych, nazw i pozostałych elementów etc.) w formacie cyfrowym umożliwiającym ich wykorzystanie w tych produktach, a w przypadku plików tekstowych w formacie word lub pdf.

Pytanie 16

„W serwisie internetowym musi być zapewniona funkcjonalność wydruku dowolnej strony oraz eksportu strony do formatu pdf.” Czy wydruk ma odzwierciedlać stronę 1:1 (z wszystkimi elementami graficznymi) czy może być to uproszczona wersja serwisu pozbawiona elementów graficznych?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż funkcjonalność wydruku dowolnej strony serwisu może polegać na **uproszczonej wersji wydruku**, bez elementów graficznych. W przypadku podstrony zawierającej infografikę, warto, żeby Wykonawca zadbał o możliwość **wydruku z pliku** (dotyczy infografiki statycznej).

Pytanie 17

SIWZ: Część II A Warunki udziału w postępowaniu. Pkt 1.2.1 określa warunek wykonania „co najmniej 2 **kampanii społecznych**”, dalej pkt. 1.2.1.2 informuje o warunku posiadania przez Wykonawcę „jednej osoby, która była odpowiedzialna za nadzór/koordynację min.1 produkcji spotu w wersji internetowej dla **kampanii społecznej** o zasięgu ogólnopolskim”. Czy Zamawiający dopuszcza udział Wykonawcy spełniającego warunki dotyczące kampanii, ale o innej tematyce?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż w celu spełnienia warunku udziału określonego w punkcie 1.2.1.1 części II SIWZ, Wykonawca powinien wykazać m.in., że w ciągu ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy, w tym okresie wykonał, a w przypadku usług ciągłych lub okresowych wykonuje co najmniej jedną kampanię społeczną obejmującą łącznie przygotowanie kreacji, spotu, banerów i stron www kampanii. Zamawiający **nie dopuszcza**, aby tematyka wykonanej kampanii była inna niż społeczna.

Natomiast w celu spełnienia warunku udziału określonego w punkcie 1.2.1.2 części II SIWZ, Wykonawca powinien wykazać, że dysponuje osobami zdolnymi do wykonania zamówienia, tj. zespołem osób składającym się z co najmniej 4 osób, w tym m.in. jednej osoby, która była odpowiedzialna za nadzór/koordynację m.in. 1 produkcji spotu w wersji internetowej dla kampanii. W tym przypadku Zamawiający **dopuszcza**, aby tematyka była inna niż społeczna. Mając to na uwadze Zamawiający dokonuje zmiany zapisu zamieszczonego w pkt 1.2.1.2 lit. A części II SIWZ w tirecie trzecim, który otrzymuje brzmienie: „**jednej osoby, która była odpowiedzialna za nadzór/koordynację min. 1 produkcji spotu w wersji internetowej dla kampanii o zasięgu ogólnopolskim**”.

Pytanie 18

W punkcie V Załącznika nr 1 do SIWZ Zamawiający wskazuje jedną, dość rozległą grupę docelową. Natomiast w punkcie VII wskazano iż, zadanie Wykonawcy obejmuje „przygotowanie jednego spotu, na podstawie którego wykonane zostaną uzupełnienia

i przygotowane 3 dodatkowe wersje zmodyfikowane pod kątem grup docelowych (czyli 1 spot oraz 3 jego wersje dla wskazanych grup docelowych)”.

Wynika z tego, że grup docelowych jest więcej niż jedna. W związku z tym czy Zamawiający wskaże pozostałe grupy docelowe, do których mają trafić alternatywne wersje spotów czy też Wykonawca ma sam je zaproponować i wyodrębnić je z grupy opisanej w punkcie V?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż Wykonawca powinien zaproponować i zdefiniować cztery grupy, bazując na ogólnej grupie docelowej wskazanej w pkt. V część A Szczegółowego opisu przedmiotu zamówienia, według kryteriów bohatera (różnicowanie pod kątem wieku i płci) oraz produktu/usługi, czyli urządzeniach mobilnych i akcesoriach oraz usługach – telekomunikacyjnych i finansowych (wskazanych w pkt. VII część A załącznika nr 1 do SIWZ).

Zamawiającemu zależy na przekazaniu uniwersalnej, szerokiej idei systemu ADR i odniesieniu się zarówno do sytuacji zakupu rzeczy, jak i usługi. Zamawiający pozostawia Wykonawcy dowolność typologii podgrup ze wskazaniem jednak, aby pokrywała się ona w możliwie maksymalnym stopniu z ogólną grupą docelową wskazaną przez Zamawiającego i uwzględniała zróżnicowane sytuacje reklamacyjne. Ponadto Zamawiający zwraca uwagę na zdiagnozowane bariery przy korzystaniu z pozasądowego rozwiązywania sporów, wśród których jest m.in. mała wartość bądź bardzo duża wartość przedmiotu/usługi (pkt. III, część A załącznika nr 1 do SIWZ).

Pytanie 19

Czy Zamawiający dostarczy materiały na stronę www poza treściami do FAQ. Czy też stworzenie tych treści leży po stronie wykonawcy?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż zgodnie z treścią § 4 pkt 4 Istotnych Postanowień Umowy, stanowiących załącznik nr 8 do SIWZ, Zamawiający zobowiązuje się do przekazania Wykonawcy nieodpłatnie, **materiałów merytorycznych i graficznych** niezbędnych do realizacji zadania będącego przedmiotem umowy w celu ich zamieszczenia w produktach będących wynikiem realizacji zadania. Materiały przekazywane będą w postaci plików graficznych (logotypów, znaków towarowych, nazw i pozostałych elementów etc.) w formacie cyfrowym umożliwiającym ich wykorzystanie w tych produktach, a w przypadku plików tekstowych w formacie word lub pdf.

Pytanie 20

W szczegółowym opisie dotyczącym strony internetowej: Załącznik nr 1 do SIWZ znajduje się zapis: „z rejestrem podmiotów ADR; przygotowanie rejestru należy do Wykonawcy;” Czy Zamawiający dostarczy wykaz podmiotów ADR, które mają zostać zamieszczone w rejestrze wraz z wszystkimi danymi, które są wskazane w punkcie: „2.3 Podstrona z rejestrem podmiotów ADR musi zawierać możliwość eksportu danych (xls i xml) oraz następującą treść:”?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż Zamawiający **dostarczy treść** niezbędną do przygotowania rejestru, zgodnie z treścią § 4 pkt 4 Istotnych Postanowień Umowy, stanowiących załącznik nr 8 do SIWZ.

Pytanie 21

W specyfikacji strony www - Załącznik nr 1 do SIWZ znajduje się zapis: „System musi zawierać narzędzia służące m.in. do dodawania kolejnych działów, stron, budowy i zarządzania strukturą strony, a także dające możliwość samodzielnej budowy wielopoziomowego menu i sortowania elementów w strukturze menu.”

Prosimy o uszczegółowienie: jak jest planowana rozbudowa głównego menu? Ile maksymalnie działów, stron i poziomów jest zakładanych?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż Zamawiający zakłada powstanie maksymalnie **7 działów i 2 poziomów** menu głównego w systemie.

Pytanie 22

Czy system tworzenia statystyk ma być systemem wewnętrznym CMS, czy może być podłączony zewnętrzne narzędzie np. Google Analytics.

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż system tworzenia statystyk powinien być wewnętrzny i zgodny ze specyfikacją (część B, pkt. II załącznika nr 1 do SIWZ), natomiast Google Analytics może być jedynie dodatkowym narzędziem.

Pytanie 23

W specyfikacji strony www - Załącznik nr 1 do SIWZ znajduje się zapis: „Wykonawca zapewni, że strony będą poprawnie wyświetlane i będą realizować założone funkcjonalności dla najpopularniejszych: przeglądarek internetowych (np. Internet Explorer, Chrome, Firefox, Safari, Opera) dla komputerów stacjonarnych.” Czy jeśli chodzi o Internet Explorer mowa jest o wersjach IE 9 i nowsze?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż w przypadku Internet Explorer Zamawiający bierze pod uwagę **wersje IE 9 i nowsze**.

Pytanie 24

Dokument „Ogłoszenie o zamówieniu.pdf”: sekcja IV 5 (str. 17): „W celu zawarcia aneksu, o którym mowa w ust. 1, każda ze Stron może wystąpić do drugiej Strony z wnioskiem o dokonanie zmiany wysokości wynagrodzenia należnego Wykonawcy, wraz z uzasadnieniem zawierającym w szczególności szczegółowe wyliczenie całkowitej kwoty, o jaką wynagrodzenie Wykonawcy powinno ulec zmianie oraz wskazaniem daty, od której nastąpiła bądź nastąpi zmiana wysokości kosztów wykonania umowy uzasadniająca zmianę wysokości wynagrodzenia należnego Wykonawcy. Wniosek, o którym mowa w zdaniu poprzedzającym może zostać złożony przez każdą ze Stron w terminie od dnia opublikowania przepisów wprowadzających zmiany, o których mowa w ust. 1 pkt 1-3 do 30 dnia od dnia wejścia w życie tych przepisów.”

Prosimy o określenie terminu, który został oznaczony wykrępowanym polem.

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż nastąpiła omyłka polegająca na przypadkowym wstawieniu wykrępowania przed określeniem terminu rozpoczynającego możliwy termin składania wniosków. Mając to na uwadze Zamawiający, w ślad za zapisem zawartym w § 11 ust. 7 Załącznika Nr 8 do SIWZ (Istotne postanowienia umowy), nadaje prawidłowe brzmienie niniejszemu zdaniu w ogłoszeniu o udzielenie zamówienia publicznego: „Wniosek, o którym mowa w zdaniu poprzedzającym może zostać złożony przez każdą ze Stron w terminie od dnia opublikowania przepisów wprowadzających zmiany, o których mowa w ust. 1 pkt 1-3 do 30 dnia od dnia wejścia w życie tych przepisów.”

Pytanie 25

W rejestrze podmiotów ADR ma się zawierać możliwość eksportu danych. Jakiego rodzaju dane mają to być?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż Wykonawca ma zapewnić eksport wszystkich treści/danych zawartych w rejestrze, a które zostały określone w części B pkt. I, ppkt 2.3. Szczegółowego opisu przedmiotu zamówienia.

Pytanie 26

Jakiej animacji oczekuje Zamawiający?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż co do rodzaju animacji pozostawia Wykonawcom dowolność. Należy pamiętać, że przekaz spotu nie może antagonizować konsumentów z przedsiębiorcami. Ponadto należy wziąć pod uwagę, iż spot będzie wykorzystywany przez podmiot publiczny. Może być zatem w lekkiej, zabawnej formie, ale należy to odpowiednio wyważyć. Zadaniem spotów ma być zachęcenie konsumentów do korzystania ze swoich praw i polubownych rozwiązań.

Pytanie 27

Czy mogą Państwo uszczegółowić grupę docelową?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż brak doprecyzowania grupy docelowej jest celowy. Wykonawca powinien zaproponować i zdefiniować cztery grupy, bazując na ogólnej grupie docelowej wskazanej w pkt. V część A Szczegółowego opisu przedmiotu zamówienia, według kryteriów bohatera (różnicowanie pod kątem wieku i płci) oraz produktu/usługi, czyli urządzeniach mobilnych i akcesoriach oraz usługach – telekomunikacyjnych i finansowych (wskazanych w pkt. VII część A załącznika nr 1 do SIWZ).

Zamawiającemu zależy na przekazaniu uniwersalnej, szerokiej idei systemu ADR i odniesieniu się zarówno do sytuacji zakupu rzeczy, jak i usługi. Zamawiający pozostawia Wykonawcy dowolność typologii podgrup ze wskazaniem jednak, aby pokrywała się ona w możliwie maksymalnym stopniu z ogólną grupą docelową wskazaną przez Zamawiającego i uwzględniała zróżnicowane sytuacje reklamacyjne. Ponadto Zamawiający zwraca uwagę na zdiagnozowane bariery przy korzystaniu z pozasądowego rozwiązywania sporów, wśród których jest m.in. mała wartość bądź bardzo duża wartość przedmiotu/usługi (pkt. III, część A załącznika nr 1 do SIWZ).

Pytanie 28

Czy Wykonawca otrzyma treści, które mają się znaleźć w rejestrze podmiotów ADR?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż Zamawiający **dostarczy** treść niezbędną do przygotowania rejestru, zgodnie z treścią § 4 pkt 4 Istotnych Postanowień Umowy, stanowiących załącznik nr 8 do SIWZ.

Pytanie 29

W jaki sposób będą przyznawane punkty w kryterium koncepcja kreatywna?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż Zamawiający na podstawie przesłanych ofert wybierze tę, która jego zdaniem odpowiada najbardziej przyjętym założeniom i ta oferta będzie punktem odniesienia przy ocenie pozostałych.

Pytanie 30

Czy na potwierdzenie spełniania przez Wykonawcę warunku posiadania zdolności technicznej i zawodowej niezbędnej do realizacji zamówienia Wykonawca musi złożyć referencje, potwierdzające, że zrealizowane kampanie były kampaniami społecznymi?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż na potwierdzenie spełniania przez Wykonawcę warunku posiadania zdolności technicznej i zawodowej niezbędnej do realizacji zamówienia, Wykonawca ma wykazać, iż w ciągu ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy,

w tym okresie, wykonał, a w przypadku usług ciągłych lub okresowych wykonuje co najmniej 2 **kampanie społeczne o zasięgu ogólnopolskim** polegające na przygotowaniu koncepcji oraz kreacji (np. spoty, strona internetowa), przy czym co najmniej jedną w zakresie obejmującym przygotowanie kreacji, spotu, banerów i strony www kampanii. Dokument potwierdzający należyte wykonanie usługi (np. referencja) nie musi zawierać w treści literalnie zapisu, iż zrealizowana kampania była kampanią społeczną. Jest to jednak dopuszczalne wyłącznie, gdy z innych dołączonych przez Wykonawcę dokumentów (np. z Wykazu usług – wypełniony i podpisany przez Wykonawcę Załącznik Nr 5 do SIWZ) będzie wynikać, iż wskazane kampanie były kampaniami społecznymi.

Pytanie 31

Czy wystarczą referencje od jednej firmy, dla której tworzone kampanię społeczną czy należy nadesłać inny dowód?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż każdy dowód przeprowadzenia kampanii społecznej potwierdzający należyte jej wykonanie np. protokół odbioru/referencja wystawiony przez odbiorcę usługi będzie uznany przez Zamawiającego za wystarczający na potwierdzenie przez Wykonawcę posiadania zdolności technicznej i zawodowej niezbędnej do realizacji zadania.

Pytanie 32

Jak należy rozumieć „przygotowanie rejestru należy do Wykonawcy”?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż Zamawiający pod pojęciem przygotowanie rejestru rozumie przygotowanie graficznej formy oraz samego szkieletu bazy. Rejestr ma być przyjazny dla odbiorców jako narzędzie internetowe, zapewniające filtrowanie danych.

Pytanie 33

Jak ma wyglądać struktura rejestru?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż struktura rejestru została określona w Części I pkt II ppkt 3 Szczegółowego opisu przedmiotu zamówienia. Rejestr podmiotów ADR musi być przejrzysty, przyjazny, możliwy do przefiltrowania (nie PDF). Konsument ma mieć możliwość wyboru podmiotu ADR (jeżeli np. są dwa konkurencyjne w danym obszarze) z uwzględnieniem regionalizmów (niektóre ADR są ogólnokrajowe, niektóre wyłącznie regionalne).

Pytanie 34

Czy rejestr ma pełnić funkcję informacyjną czy ma też pełnić funkcję nadawczą dla skarg?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż rejestr ma spełniać wyłącznie funkcję informacyjną.

Pytanie 35

Czy rejestr ma umożliwiać filtrowanie informacji czy ma też mieć wyszukiwarkę informacji?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż funkcjonalność prostej wyszukiwarki informacji dotyczy strony, natomiast w samym rejestrze powinna być funkcjonalność filtrowania danych m.in. według problemów, instytucji, branż i regionów.

Pytanie 36

Kto odpowiada za treść umieszczoną na stronie?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż Zamawiający odpowiada za treść strony internetowej i w związku z tym przekaze Wykonawcy wszelkie niezbędne materiały, jak np. publikacje, treść FAQ itp., które mają zostać umieszczone na stronie. Do Wykonawcy należy graficzne ułożenie treści.

Pytanie 37

Pytanie dotyczy elementów, które mają znaleźć się na stronie głównej poza logo, menu i stopką. Jakie treści mają być na stronie głównej, a jakie w zakładkach poza wskazanym przez Zamawiającego zakresem?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż strona główna ma być stroną przejściową, kierującą na podstrony (zakładki). Ma zawierać skróty do zakładek, zaprezentować system polubownego rozwiązywania sporów oraz mieć graficznie wyszczególnione linki do podmiotów ADR. Jednak jej ostateczny, całościowy wygląd zależeć będzie od koncepcji Wykonawcy, który przygotowując stronę powinien zadbać o spełnianie przez nią określonych założeń twórczych oraz kryterium spójności i komplementarności wobec innych produktów kampanii. Zamawiający przypomina, że layouty strony głównej i 2 podstron (rejestr i FAQ) jako elementy prezentacji będą oceniane pod kątem spełniania wspomnianych kryteriów (zgodnie z treścią części III pkt 3 ppkt 3.3. SIWZ).

Pytanie 38

W części C pkt. III ppkt 5 Szczegółowego opisu przedmiotu zamówienia jest określenie „po 1 propozycji”. Czy to oznacza wybór linii A albo linii B?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż Wykonawca powinien przedstawić propozycję layoutu strony głównej, layoutu podstrony z rejestrem oraz layoutu podstrony z FAQ tylko z jednej linii kreatywnej – do wyboru A albo B.

Pytanie 39

Jaka ma być strategia przekazu określona w Części A pkt. VI Szczegółowego opisu przedmiotu zamówienia? „Skupienie się na reklamowanych przedmiotach” – jak należy to rozumieć?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż konsument z systemu ADR będzie mógł skorzystać dopiero po odrzuceniu reklamacji. Z badań wynika, że problemy reklamacyjne najczęściej dotyczą urządzeń mobilnych i akcesoriów oraz usług – telekomunikacyjnych i finansowych. Koncepcja poszczególnych 4 spotów powinna nawiązywać do realnych, wskazanych problemów reklamacyjnych konsumentów.

Pytanie 40

Czy można w spocie przedstawić reklamację butów? Na jakich przedmiotach do reklamacji mamy się skupić?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż pozostawia Wykonawcy wybór reklamowanego przedmiotu z grupy urządzeń mobilnych i akcesoriów. Zamawiający nie bierze pod uwagę innych przedmiotów, w tym butów. Ponadto Zamawiającemu zależy, aby nie budować przekazu na jednym rodzaju reklamowanego przedmiotu i jednej instytucji ADR. Ważne jest, aby zwrócić również uwagę na problem reklamacji usług.

Pytanie 41

Czy w spocie muszą być przedstawione urządzenia mobilne i akcesoria, usługi telekomunikacyjne i finansowe czy Wykonawca coś innego ma pokazać?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż ważne jest, aby w przekazie skupić się na realnych problemach/potrzebach konsumentów. Z badań wynika, że w przypadku reklamacji są one na ogół związane właśnie z urządzeniami mobilnymi i akcesoriami oraz usługami telekomunikacyjnymi i finansowymi.

Pytanie 42

Czy podział na grupy docelowe ma być podziałem pod względem wieku, języka, rodzaju, przedmiotu czy problemu?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż Zamawiający dopuszcza typologię pod względem problemu reklamacyjnego ze wskazaniem, aby dobór grup docelowych pokrywał się w możliwie maksymalnym stopniu z ogólną grupą docelową wskazaną przez Zamawiającego wraz z przedstawieniem uniwersalności i różnorodności systemu ADR.

Pytanie 43

Czy idea kreatywna ma się opierać na grupie docelowej czy na przedmiotach/usługach reklamowanych z badań? Czy podział na 4 spoty ma być podziałem targetu pod względem wieku czy podziałem konsumentów pod względem innych kategorii?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż idea kreatywna powinna być spójna dla wszystkich spotów, ale zobrazowana pod kątem czterech grup docelowych. Zamawiającemu zależy na przekazaniu uniwersalnej, szerokiej idei systemu ADR i odniesieniu się zarówno do sytuacji zakupu rzeczy, jak i usługi. Zamawiający pozostawia Wykonawcy dowolność typologii podgrup ze wskazaniem jednak, aby pokrywała się ona w możliwie maksymalnym stopniu z ogólną grupą docelową wskazaną przez Zamawiającego i uwzględniała zróżnicowane sytuacje reklamacyjne. Ponadto Zamawiający zwraca uwagę na zdiagnozowane bariery przy korzystaniu z pozasądowego rozwiązywania sporów, wśród których jest m.in. mała wartość bądź bardzo duża wartość przedmiotu/usługi (pkt. III, część A załącznika nr 1 do SIWZ).

Pytanie 44

Czy mamy używać w kampanii skrótu „ADR” czy Wykonawca ma wymyśleć inną nazwę?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż wskazuje, aby nie używać skrótu „ADR”, stosować natomiast określenia: „polubownie”, „pozasądowe” oraz „rozwiązywanie”.

Pytanie 45

Jaki jest cel komunikacji? Czy w kampanii chodzi bardziej o odciążenie instytucji, do których trafiają skargi poreklamacyjne czy o promowanie nowego systemu ADR?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż celem kampanii jest poinformowanie konsumentów o systemie pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich.

Pytanie 46

Ważny dla konsumentów jest fakt, że przynajmniej w pierwszym etapie skorzystanie z pozasądowego rozwiązania sporu jest bezpłatne. A jaki procent spraw wymaga opinii rzeczoznawców, czyli ewentualnie poniesienia kosztów?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż nie ma odpowiedzi, gdyż każda sprawa jest indywidualna – w klarownych, prostych sprawach opinia rzeczoznawcy nie jest potrzebna, natomiast w bardziej skomplikowanych sprawach może się okazać niezbędna.

Pytanie 47

Jeśli w grupie mamy spółkę, która odpowiada np. za tworzenie stron internetowych, to czy w umowie powinniśmy ją zawrzeć?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż Wykonawca powinien wskazać w Formularzu ofertowym jako podwykonawcę firmę, której powierzy wykonanie części zamówienia (np. wykonanie strony internetowej), nawet w przypadku gdy firma ta należy do grupy kapitałowej z Wykonawcą.

Pytanie 48

Czy Zamawiający oczekuje przeprowadzenia szkolenia z CMS dla użytkowników strony?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż nie wskazał jednoznacznie, że w ramach zadania polegającego na przygotowaniu strony internetowej Wykonawca będzie musiał przeprowadzić szkolenie. Niemniej Zamawiający potwierdza i doprecyzowuje, że Wykonawca będzie zobowiązany do przeprowadzenia maksymalnie 6-godzinnego szkolenia dla maksymalnie 2 osób w terminie nie późniejszym niż wykonanie umowy w zakresie realizacji zadania określonego w § 1 ust. 1 Istotnych postanowień umowy. Wykonawca jest zobowiązany do przeprowadzenia szkolenia w ramach wynagrodzenia ryczałtowego za realizację zamówienia w zakresie przygotowania kampanii.

Pytanie 49

Co rozumiane jest jako storyboardy? Czy muszą być przygotowane z gotowych kadrów?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż zaleca, by prezentacja scenopisów była jak najbardziej zbliżona do efektu końcowego; storyboardy nie muszą być przygotowane z gotowych kadrów. W takim jednak przypadku należy co najmniej przedstawić wzór kreski docelowo zastosowanej w spocie.

Pytanie 50

Czy Zamawiający ma preferencje co do kampanii?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż nie ma preferencji dotyczących kampanii.

Pytanie 51

Rodzaj proponowanej infografiki – *prosta vs. animowana* – jest oceniany. W jaki sposób?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż za prostą infografikę Wykonawca otrzymuje 0 pkt., natomiast za animowaną 2 pkt.

Pytanie 52

Kto będzie odpowiedzialny za zamieszczanie treści na stronie internetowej kampanii: Zamawiający czy Wykonawca? SOPZ cz. B, pkt I, ppkt 2 mówi o opracowaniu struktury

serwisu oraz wdrożeniu systemu do jego funkcjonowania. To drugie może (choć nie musi) wskazywać, że zamieszczenie treści będzie należeć do Wykonawcy w ramach wdrożenia/uruchomienia strony.

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż za zamieszczenie treści na stronie internetowej kampanii odpowiedzialny będzie **Wykonawca** w ramach wdrożenia/uruchomienia strony.

Pytanie 53

Kto będzie odpowiadać za zamieszczanie na stronie nowych treści już po uruchomieniu serwisu – nie jest to już bowiem ani wdrożenie, ani usługa serwisowa (SOPZ cz. B, pkt I, ppkt 5).

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż za umieszczanie nowych treści po uruchomieniu serwisu (ze względu np. na potrzebę aktualizacji) odpowiedzialny będzie Zamawiający, a dokładnie osoba odpowiedzialna z jego strony za administrowanie serwisu.

Pytanie 54

W ofercie chcielibyśmy zamieścić poprawnie Państwa logo. Czy możliwe jest w związku z tym udostępnienie księgi znaku oraz logo w krzywych?

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający informuje, iż może udostępnić część księgi znaku zawierającą m.in. informacje o kolorystyce, foncie oraz polach ochronnych. Dodatkowo Zamawiający udostępnia logo w krzywych, z zastrzeżeniem, że jego wykorzystanie możliwe jest tylko i wyłącznie do przygotowania oferty. Materiały stanowią załącznik do Informacji o Zebraniu Wykonawców.

Powyższe odpowiedzi stanowią zmianę i doprecyzowanie treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, a ich uwzględnienie może wymagać dodatkowego czasu na wprowadzenie zmian do ofert i dotychczasowy termin składania oraz otwarcia ofert ulega zmianie. **Oferty należy składać do dnia 5 października 2016 r. do godz. 10:00. Termin otwarcia ofert 5 października 2016 r. godz. 10:30.**

Dyrektor Generalny Urzędu

Maciej Jabłoński