



KOMENDA GŁÓWNA POLICJI
BIURO FINANSÓW

02-672 Warszawa
ul. Domaniewska 36/38

tel. 60-120-44, 60-131-23
faks. 60-118-57, 845-10-76

FZ.46/13.../13

Warszawa, dnia 02.08.2013 r.

**Do Wykonawców, ubiegających
się o udzielenie zamówienia**

dot. postępowania na „Zakup usługi organizacji kampanii społecznej na potrzeby realizacji projektu Bezpieczeństwo w ruchu drogowym realizowanego w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy ” sprawa nr 108/BF/13/TG

Pytanie nr 24:

Czy kolejność pozycji w harmonogramie stanowiącym załącznik nr 2 do umowy jest jednocześnie wymaganą przez Zamawiającego kolejnością działań i zadania będą musiały zostać wykonane w takiej kolejności jak są wylistowane w tabelce, czy wpisując daty wykonania poszczególnych zadań możemy zmienić ich kolejność? Np. w każdej odsłonie konferencja prasowa jest podana jako pierwsza, a propozycje kreacji oraz media planu są podane w dalszej kolejności. Tymczasem doświadczenie podpowiada nam, że konferencja prasowa powinna zostać zorganizowana dopiero w momencie kiedy będziemy wiedzieli już jak będzie wyglądała kreacja, w jakich tytułach/mediach oraz terminach będą zamieszczane publikacje, itp. W przeciwnym razie nie bardzo jest o czym na konferencji opowiadać. Czy w tej sytuacji możemy wpisać w harmonogramie datę akceptacji media planu jako wcześniejszą a datę zorganizowania konferencji późniejszą?

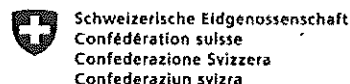
Odpowiedź na pytanie nr 24:

Kolejność pozycji w harmonogramie stanowiącym załącznik nr 2 do umowy nie jest jednocześnie wymaganą przez Zamawiającego kolejnością zadań.

Pytanie nr 25:

Wraz z ofertą musimy złożyć wizualizację każdego z gadżetów wskazanych w opisie przedmiotu zamówienia. Co Wykonawca rozumie przez „wizualizację”? Czy na etapie przetargu mamy zaproponować konkretny model ciśnieniomierza, plecaka, kasku itd., który zamierzamy zakupić od konkretnego producenta? Czy raczej chodzi o pokazanie branding'u na przykładowym kasku, plecaku, ciśnieniomierzu itd.?

Ponieważ zakup gadżetów wchodzi w zakres realizacji zamówienia to poszukiwania i wycena konkretnych modeli powinna się odbyć dopiero po podpisaniu umowy.



Odpowiedź na pytanie nr 25:

Zamawiający oczekuje od Wykonawcy złożenia wizualizacji z każdego z gadżetów wskazanych w opisie przedmiotu zamówienia. Przez "wizualizację gadżetu" Zamawiający rozumie przedstawienie konkretnych modeli ciśnieniomierza, plecaka, kasku itd., jak również dopuszcza możliwość pokazania brandingu na przykładowym kasku, plecaku, ciśnieniomierzu itd.

Pytanie nr 26:

Czy zajęcia edukacyjne z seniorami organizować i przeprowadzać będzie Wykonawca?

Odpowiedź na pytanie nr 26:

Zamawiający wyjaśnia, że zajęcia z seniorami organizować i przeprowadzać będzie Zamawiający w własnym zakresie.

Pytanie nr 27:

Czy w kampanii można wykorzystać hasło "Użyj wyobraźni", czy Policja posiada prawa autorskie do tego hasła?

Odpowiedź na pytanie nr 27:

Zamawiający informuje, że Policja nie posiada praw autorskich do hasła "Użyj wyobraźni".

Pytanie nr 28:

Czy do oferty można dołączyć CD z referencjami, czyli ze spotem na jakim chcielibyśmy się wzorować?

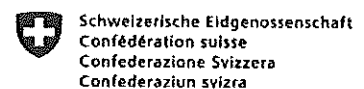
Odpowiedź na pytanie nr 28:

Zamawiający wyjaśnia, że Wykonawca może dołączyć do oferty CD z referencjami, czyli ze spotem na jakim chciałby się wzorować, ale Zamawiający nie będzie tego uwzględniał przy ocenie oferty. W opisie przedmiotu zamówienia określono zakres i sposób przedłożenia oferty przez Wykonawcę dla Zamawiającego.

Powyższe odpowiedzi są wiążące dla stron postępowania.

NACZELNIK
WYDZIAŁU ZAMÓWIEŃ PUBLICZNYCH
BIURA FINANSÓW
KOMENDY GŁÓWNEJ POLICJI
Tomasz PIOTRKOWICZ

Wyk. Tomasz Gugala – tel. 119 86



Kampania społeczna jest współfinansowana przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej