



**BIURO FINANSÓW
KOMENDY GŁÓWNEJ POLICJI**

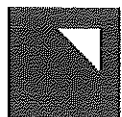
02-542 Warszawa
ul. Domaniewska 36/38

Z-ca Dyrektora 60-117-55

fax. 60-118-57

Fz. 447/12

Warszawa08.2012 r.



**SWISS
CONTRIBUTION**

**Do Wykonawców ubiegających się
o udzielenie zamówienia**

Dot. postępowania prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego na świadczenie usługi Koordynatora projektu oraz Specjalisty ds. promocji projektu „Na granicy terroryzmu – szkolenie w zakresie reagowania kryzysowego, nr sprawy 109/BF/12/EMi

Zgodnie z art. 38 ust. 2 ustawy Pzp, w załączeniu przekazuję treść pytań od uczestnika postępowania wraz z odpowiedziami.

Pytanie 1

Na liście zadań dla specjalisty ds. promocji znajdują się m.in. następujące sformułowania: opracowanie planu promocji, dystrybucja materiałów promocyjnych, przygotowywanie materiałów informacyjnych (..) również w języku angielskim, opracowanie projektu zaproszeń, przygotowanie projektu folderów, plakatów i materiałów, przygotowanie spotów radiowych.

Dosłowne interpretowanie powyższych sformułowań oznacza, że specjalista ds. promocji – osoba lub firma, która wygra ten przetarg - będzie odpowiedzialna nie tylko za napisanie treści folderów, plakatów, czy zaproszeń ale też za opracowanie ich od strony graficznej. Będzie też odpowiedzialna za rozwieszenie tych rzeczy do odbiorców oraz za przetłumaczenie materiałów na język angielski. W zakresie jej obowiązków będzie też napisanie scenariuszy spotów oraz nagranie ich w studio i na koniec montowanie materiału do emisji.

Proszę o informację, czy tak właśnie należy to rozumieć. Jeśli tak, to czy konieczne jest, żeby kandydat na specjalistę ds. promocji potwierdził swoje umiejętności i doświadczenie w tym zakresie lub wskazał potencjalnych swoich podwykonawców.

Czy raczej chodzi o to, że specjalista ds. promocji będzie tylko nadzorować wszystkie te prace (graficzne, montażowe, translatorskie, informatyczne, kolporterskie i In.), które zostaną jednak zlecone przez Komendę Główną Policji innym firmom odpowiedzialnym, niezależnym od osoby lub firmy, która sprawować będzie funkcję specjalisty ds. promocji.

Odpowiedź

Zadania Specjalisty ds. promocji zostały szczegółowo opisane w SIWZ, i obejmują one zarówno przygotowanie treści, jak i strony graficznej plakatów, folderów i materiałów promocyjnych, jak również ich dystrybucję (np. za pośrednictwem poczty).

Zamawiający wymaga przygotowania treści spotów (komunikatów reklamowych) oraz dopilnowanie ich emisji. Z rozeznania rynku przeprowadzonego przez Zamawiającego wynika, że rozgłośnie radiowe oferują nagranie przygotowanej wcześniej treści

informacyjnej. Na pokrycie kosztów emisji spotów radiowych Zamawiający zapewnia odrębne środki finansowe.

Pytanie 2

Należy przypuszczać, że szkolenia w ramach organizowane projektu, odbywać się będą w różnych miejscowościach w różnych regionach Polski. To oznacza wyjazdy oraz być może konieczność zakwaterowania tam.

Proszę o informację, kto i w jakim trybie będzie pokrywał koszty tych delegacji łącznie z kosztami podróży i noclegów. Czy będą one rozliczane osobno, poza honorarium ustalonym w tym przetargu? Czy raczej osoba lub firma, pełniąca funkcję specjalisty ds. promocji będzie musiała je pokrywać ze swojego honorarium, które zostanie ustalone w tym przetargu?

Ta informacja wydaje mi się istotna, zważywszy że na liście zadań specjalisty ds. promocji napisano m.in. „udział w spotkaniach” oraz „obsługa i przygotowanie konferencji”.

Odpowiedź

Koszty wyjazdów, noclegów i wyżywienia w trakcie realizacji zamówienia będą pokrywane przez Wykonawcę.

Spotkania, o których mowa w pkt 16 opisanych zadań w SIWZ będą organizowane przez Zamawiającego w siedzibie KGP w Warszawie, mniej więcej co 6 – 8 tygodni.

Pytanie 3

Proszę o informację na temat liczby spotkań oraz konferencji, które będzie musiał zorganizować i obsłużyć specjalista ds. promocji, a także w jakich terminach i w jakich miejscowościach miałyby się one odbyć.

Odpowiedź

W projekcie zostały przewidziane 4 konferencje promujące – lokalizacja: Rzeszów, Lublin, Białystok, Olsztyn. Terminy konferencji zostaną ustalone w momencie opracowania szczegółowego harmonogramu przeprowadzanych szkoleń.

Pytanie 4

Czy wysokość wynagrodzenia dla specjalisty ds. promocji będzie w jakikolwiek sposób powiązana/uzależniona od wysokości wynagrodzenia dla Koordynatora projektu?

Chodzi o teoretycznie możliwą sytuację, w której kandydat na specjalistę ds. promocji (zadanie 2) zaproponuje dla siebie wyższe wynagrodzenie, niż kandydat na koordynatora (zadanie 1).

Czy wówczas: (a) zgodzicie się Państwo na taki wariant? (b) zaproponujecie Państwo wybranemu kandydatowi do pełnienia funkcji specjalisty ds. promocji obniżenie wynagrodzenia? (c) będziecie Państwo szukać na stanowisko specjalisty ds. promocji kogoś, kto sam zaproponuje dla siebie stawkę niższą niż koordynator?

Odpowiedź

Prowadzone postępowanie jest podzielone na dwa odrębne zadania. Oferty złożone w poszczególnych zadaniach będą rozpatrywane niezależnie.

Powyższe odpowiedzi i są wiążące dla stron postępowania.

NACZELNIK
Wydziału Zarządzeń Publicznych
Biura Finansów
Komendy Miejskiej Policji
Jarosław WYŻGOWSKI
Jarosław WYŻGOWSKI