

Dotyczy: Postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego o wartości poniżej 193 000 EUR na: „Realizację kampanii promocyjnej Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego”.

Zmiana treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia i ogłoszenia

Zgodnie z art. 38 ust. 4 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych, w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonym w trybie przetargu nieograniczonego o wartości poniżej 193.000,00 euro na: „Realizację kampanii promocyjnej Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego” Zamawiający dokonuje zmiany treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia i treści ogłoszenia.

I. Rozdział III Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia otrzymuje brzmienie:

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem niniejszego zamówienia jest „Przeprowadzenie kampanii promocyjno-informacyjnej Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego”.
2. Podstawowe założenia do wykonania kampanii promocyjno-informacyjnej Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego:
 - a) Kampania dotyczy poinformowania ogółu społeczeństwa nt. RPO WZ i wypromowania jego pozytywnego wizerunku, jako programu służącego rozwojowi województwa, a przez to wszystkim mieszkańcom i grupom beneficjentów oraz musi być zgodna z następującymi założeniami:
 - b) Termin: kampania powinna rozpocząć się 22 listopada, trwać 4 tygodnie i zostać zakończona 19.12.2010 r. Kampania ma objąć swoim zasięgiem obszar całego województwa zachodniopomorskiego.
 - c) Grupa docelowa : ogół społeczeństwa: wszyscy mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego 16 – 65 +/- w tym beneficjenci funduszy unijnych z grupy małych i średnich przedsiębiorstw.
 - d) Narzędzia kampanii - kanały komunikacji:
 - outdoor
 - ambient (stand)
 - Internet.

CPV nr 79342200-5 usługi w zakresie promocji

CPV nr 79340000-9 usługi reklamowe i marketingowe.

3. Szczegółowe warunki zamówienia:

Wykonawca zobowiązuje się do realizacji kampanii wg poniższych założeń merytorycznych i technicznych określonych przez Zamawiającego:



a) kampania outdoor realizowana w oparciu o nośniki typu:

- **billboardy** (cztery odrębne projekty) [standard - o powierzchni ekspozycji min. 11,9 m²], minimum 80 sztuk, zlokalizowane w stolicach miast powiatowych w punktach o największym natężeniu ruchu. Dodatkowo Wykonawca zrealizuje instalację elementów przestrzennych, potocznie określanych jako 3D na 25% liczby proponowanych nośników, w różnych miejscowościach.

Rekomendowane miasta, na które powinno przypadać łącznie minimum 40 nośników to:

- Koszalin,
- Świnoujście,
- Stargard Szczeciński,
- Kołobrzeg,
- Szczecinek,
- Wałcz,
- Białogard,
- Choszczno,
- Drawsko,
- Goleniów,
- Gryfice,
- Gryfino,
- Kamień Pomorski,
- Łobez,
- Myślibórz,
- Police,
- Pyrzyce,
- Sławno,
- Świdwin

W każdym z ww. miast powinny pojawić się przynajmniej 2 billboardy.

Nośniki w danej miejscowości powinny być wyklejone odrębnymi projektami.

Szczegółowe założenia produkcji elementów określonych jako 3D w załączeniu (zał. nr 5 do SIWZ). (Dopuszcza się możliwość konsultacji warunków technicznych z firmą projektującą layouty reklam).

Oferta obejmuje: rezerwację lokalizacji, ekspozycję przez okres jednego miesiąca, druk i wyklejanie plakatów, produkcję, montaż i demontaż elementów 3D, serwis, w tym naprawy bądź ponowne wyklejanie na własny koszt uszkodzonych reklam, dokumentację fotograficzną każdego nośnika, utylizację zdemontowanych plakatów i elementów 3d.



Wykonawca musi przygotować mediaplan dotyczący ekspozycji reklamy na powierzchniach billboardowych oferowanych lokalizacji. Mediaplan musi uwzględnić:

- A. powierzchnie billboardowe w wyznaczonej lokalizacji o wielkości nie mniejszej niż 11,9 m²,
- B. liczbę powierzchni w każdym z miast z uwzględnieniem podanych liczby minimalnych
- C. wielkość każdej z powierzchni,
- D. dokładny adres każdej z powierzchni,
- E. powierzchnie billboardowe powinny znajdować się w centrum ww. miast lub przy głównych ciągach komunikacyjnych,
- F. wyklejenie nośników 4 odrębnymi projektami,
- G. oświetlenie całości reklamy wszystkich powierzchni w okresie dnia, gdy nie ma oświetlenia dziennego oraz w nocy,

Materiał na jakim należy wykonać wydruk do rozwieszenia na powierzchniach musi być dostosowany do wielkości i rodzaju nośnika oraz wytrzymały i odporny na działanie warunków atmosferycznych.

Miejsca lokalizacji billboardów podlegają akceptacji Zamawiającego.

- **siatki wielkoformatowe** - 2 sztuki [o pow. min 95 m²] w 2 odsłonach, w dwutygodniowych ekspozycjach [wg 4 różnych projektów], zlokalizowane w Szczecinie, w miejscach o dużym natężeniu ruchu; dodatkowo Wykonawca zrealizuje instalację elementów przestrzennych potocznie określanych jako 3D na każdej z siatek. Szczegółowe założenia produkcji elementów określonych jako 3D w załączeniu (zał. nr 5) do SIWZ. Dopuszcza się możliwość konsultacji warunków technicznych z firmą projektującą layouty reklam.

Oferta obejmuje: rezerwację lokalizacji, ekspozycję przez okres łącznie jednego miesiąca, druk siatek, produkcję i montaż i demontaż elementów 3D, montaż i demontaż siatek, serwis, w tym naprawy reklam na własny koszt, dokumentację fotograficzną każdego nośnika, utylizację zdemontowanych plakatów i elementów.

Wykonawca musi przygotować mediaplan dotyczący ekspozycji reklamy na powierzchniach wielkoformatowych ww. lokalizacji. Mediaplan musi uwzględnić:

- A. powierzchnie billboardowe w wyznaczonej lokalizacji o wielkości nie mniejszej niż 95 m²,
- B. dokładny adres każdej z powierzchni,
- C. powierzchnie billboardowe powinny znajdować się w centrum;
- D. oświetlenie całości reklamy wszystkich powierzchni w okresie dnia, gdy nie ma oświetlenia dziennego oraz w nocy.

Materiał na jakim należy wykonać wydruk do rozwieszenia na powierzchniach musi być dostosowany do wielkości i rodzaju nośnika, oraz wytrzymały i odporny na działanie warunków atmosferycznych.

- **citylight** [standard] zlokalizowane w Szczecinie. Oferta obejmuje: rezerwację lokalizacji, ekspozycję przez okres jednego miesiąca, druk plakatów wg projektu Zamawiającego, wyklejanie plakatów, serwis, dokumentację fotograficzną każdego nośnika,

- **mobilne billboardy** (4 projekty) [standard – o powierzchni ekspozycji min. 11,9 m²], wg założeń: 4 nośniki – lawety jadące za samochodami osobowymi: czas pracy 8 h

dziennie, do 150 km na dzień ekspozycji, dla **21 dni ekspozycji**, obejmującej zasięgiem min. 20 miast powiatowych. Wykonawca zrealizuje instalację elementów potocznie określanych jako 3D na wszystkich nośnikach. Szczegółowe założenia produkcji elementów określonych jako 3D w załączeniu (zał. nr 5) do SIWZ. Dopuszcza się możliwość konsultacji warunków technicznych z firmą projektującą layouty reklam.

Oferta obejmuje: ekspozycję przez okres min 21 dni bez przerw, druk plakatów, produkcję i montaż i demontaż elementów 3D, wyklejanie plakatów, serwis, w tym naprawy na własny koszt ewentualnych uszkodzeń, dokumentację fotograficzną każdego nośnika, utylizację zdemontowanych billboardów. (Cena musi zawierać całość kosztów związanych z transportem, opłatami drogowymi, parkingowymi etc). Dodatkowo: możliwość emisji spotu radiowego przez głośniki.

Billboard na lawecie jest dwustronny. Każda laweta zawiera jeden z czterech, odrębny projekt.

Szczegółowe trasy wykonawca przedstawi po podpisaniu umowy. Trasy podlegają akceptacji Zamawiającego.

- **tramwaje komunikacji miejskiej typu: 105 N w Szczecinie** z reklamą całopojazdową wg projektów w ilości minimum dwa składy na okres jednego miesiąca. Oferta obejmuje: ekspozycję przez okres jednego miesiąca, druk, wyklejanie grafiki oraz usunięcie grafiki, serwis, w tym dokonywanie niezbędnych napraw reklamy na własny koszt, dokumentację fotograficzną każdego nośnika;

- **autobusy komunikacji miejskiej w Koszalinie** z reklamą typu full-back w ilości minimum dwa pojazdy na okres jednego miesiąca. Oferta obejmuje: ekspozycję przez okres jednego miesiąca, druk, wyklejanie grafiki oraz usunięcie grafiki, serwis, w tym dokonywanie niezbędnych napraw na własny koszt, dokumentację fotograficzną każdego nośnika.

- **ekran typu LED** (na terenie województwa) o pow. minimum 40m². Oferta obejmuje: ekspozycję przez okres jednego miesiąca, wyświetlanie minimum 12 spotów na godzinę, (długość spotu: 15''), serwis, dokumentację fotograficzną każdego nośnika.

- **ambient / stand** – wg specyfikacji:

Liczba: **21 sztuk standów**. Każdy stand składa się z **11 dwustronnych modułów**

Materiał: standy z profili aluminiowych ze stopką z blachy (obciążenie) u dołu każdej z nóg (nogi dł. ok. 180 cm), druk na PCV 5 mm o powierzchni formatu B2 - dwustronny, wsuwany od góry w ramkę z profili typu-C. Całość lakierowana na określony kolor w skali RAL.

W ramach usługi Wykonawca zapewnia:

- standy wg ww. opisu,
- transport do 21 miast powiatowych,
- montaż, demontaż i dostawę wszystkich standów w miejsce wskazane przez Zamawiającego po zakończeniu kampanii,
- prowadzenie bieżącej kontroli jakości wyeksponowanych standów. W przypadku zniszczenia lub uszkodzenia reklamy, Wykonawca dokona niezwłocznie napraw na własny koszt,



- uzyskanie niezbędnych pozwoleń na ekspozycję.

Zamawiający przewiduje okres ekspozycji standów nie krótszy niż 30 dni, ale nie dłuższy niż 60 dni. Ekspozycja w centrach miast powiatowych lub w najbliższym otoczeniu siedzib Starostw Powiatowych.

Uwaga!

Dla wszystkich zadań dotyczących kampanii outdoor Wykonawca zapewnia kompleksowo formatowanie plików graficznych do potrzeb poszczególnych mediów [DTP] z powierzonych projektów, przygotowanie do druku, produkcję materiałów, plakatów, siatek, elementów 3D, druk, oklejanie i usunięcie reklam z pojazdów, wyklejanie nośników, emisję reklam, serwis reklam, raport wraz z dokumentacją zdjęciową z przeprowadzonej kampanii.

Wykonawca powinien przedstawić kopie wszystkich projektów do akceptacji.

b) kampania internetowa w oparciu na emisję baneru typu flash [750x200] w minimum dwóch z portali informacyjnych - serwisów internetowych w języku polskim (typu: interia.pl, onet.pl, wp.pl lub gazeta.pl), powyżej 1,5 mln unikalnych użytkowników w miesiącu, geotargetowana na Województwo Zachodniopomorskie uwzględniając target 16-65+.

Czas ekspozycji nie krótszy niż 14 dni i nie mniej niż 200 000 odsłon na stronie głównej serwisu adresowanych jedynie do mieszkańców województwa zachodniopomorskiego.

W celu realizacji ww. zadań Zamawiający powierzy Wykonawcy następujące materiały:

- projekty graficzne w plikach otwartych PSD i/lub ai., oraz pliki poglądowe JPG (długość banera typu flash – do 15”).

II. Rozdział VII Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia otrzymuje brzmienie:

Termin wykonania zamówienia:

1. Umowa o udzielenie zamówienia publicznego zostanie zawarta na czas oznaczony.
2. Termin wykonania zamówienia: od dnia 22 listopada 2010r. do 19 grudnia 2010 r.

Wykonawcy są zobowiązani uwzględnić powyższą zmianę podczas sporządzania ofert, w tym także podczas wypełniania załączników i druków.

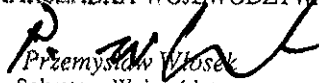
Zamawiający uznał, iż Wykonawcom niezbędny jest dodatkowy czas na wprowadzenie zmian w ofertach i postanowił przedłużyć termin składania i otwarcia ofert.

Mając powyższe na uwadze, oferty należy składać w terminie do **dnia 14 października 2010r. do godziny 12:00** w siedzibie Zamawiającego: Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego, ul. Piłsudskiego 40-42, 70 – 421 Szczecin, pokój 343.

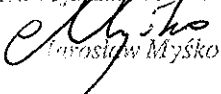
Otwarcie ofert jest jawne i nastąpi tego samego **dnia 14 października 2010r. o godzinie 12:30.** w budynku siedziby Urzędu Marszałkowego Województwa Zachodniopomorskiego, ul. Piłsudskiego 40-42, 70 – 421 Szczecin, pokój 308.

Z poważaniem

z up. MARSZAŁKA WOJEWÓDZTWA


Przemysław Włosek
Sekretarz Województwa
Dyrektor Generalny Urzędu

DIKUSIANKA
Wydział Organizacji
i Rozwoju Zasobów Ludzkich


Stanisław Mysłko