

Białystok, 2014.10.21

BO-II.272.37.2014

**Wykonawcy
(uczestnicy postępowania)**

Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego w Białymstoku informuje, iż w postępowaniu przetargowym nr **BO-II.272.37.2014 Kampania Medialna Województwa Podlaskiego w ramach projektu pn. „Podlaskie – odwieczna potrzeba natury”** wpłynęły pytania dotyczące treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, których treść wraz z odpowiedziami przekazuję poniżej:

Pytanie 1 Wśród dokumentów, które znajdują się na Państwa stronie internetowej brak Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia (SOPZ) na który Zamawiający powołuje się m.in. w Istotnych Postanowieniach Umowy (zał. nr 2 do SIWZ) m.in. §3 p.1.4. Bez tego dokumentu trudno przygotować rzetelną ofertę. Bardzo proszę o udostępnienie SOPZ lub innego dokumentu, który jasno definiuje Państwa oczekiwania względem wszystkich elementów kampanii, w szczególności dotyczy to kreacji.

Odpowiedź:

Załącznik został dołączony do dokumentacji postępowania przetargowego w dn. 20.10.2014r.

Pytanie 2 Czy należy przygotować osobne kreacje dla kampanii ogólnopolskiej i inne dla regionalnej? Jeśli tak, to czy to mają być całkiem inne kreacje czy tylko w wersji regionalnej mają być dodane wskazane w Zał. nr 1 do SIWZ komunikaty i call to action.

Odpowiedź: Nie trzeba przygotowywać odrębnych kreacji graficznych dla kampanii regionalnej i ogólnopolskiej – powinny się różnić komunikaty i call to action.

Pytanie 3 Czy zdjęcia z plenerów mają być wykonane przez Wykonawcę czy przez Zamawiającego?

Odpowiedź: Zdjęcia plenerów zostaną przekazane przez Zamawiającego.

Pytanie 4 Czy Wykonawca będzie zobowiązany uzyskać prawa autorskie oraz opłacić udział w kampanii osob zaproponowanych przez Zamawiającego (znany sportowiec, tancerz etc), których wizerunki zostaną użyte w kampanii? Czy to leży po stronie Zamawiającego? Kto ma wykonać te zdjęcia Zamawiający czy Wykonawca?

Odpowiedź: Udział „bohaterów” kampanii leży po stronie Zamawiającego. Zamawiający przekaże materiał fotograficzny do dostosowania i przygotowania projektów graficznych kreacji.

Pytanie 5 Pierwsza emisja spotu TV przewidziana jest na II połowę marca czyli na późną wiosnę. Oznacza to, że spot trzeba zrealizować najpóźniej pod koniec lutego/początku marca. W naszych warunkach klimatycznych może być jeszcze zimno, a film realizowany w plenerze może być nieatrakcyjny wizualnie (roztopy, "łyse" drzewa etc). Czy Zamawiający dopuszcza realizację spotów wyłącznie w pomieszczeniach zamkniętych lub zrealizowanie

spotu planszowego na bazie zdjęć, które ma w posiadaniu Zamawiający lub spotu animowanego?

Odpowiedź: Spot w całości zostanie przekazany dla Wykonawcy. Po stronie wykonawcy leży jedynie wykupienie czasu antenowego.

Pytanie 6 Czy do każdego z kanałów przewidziane są 3 mutacje kreacji (Natura, Kultura, Interakcja)?

Odpowiedź: Tak, do każdego z kanałów przewidziane są 3 mutacje.

Pytanie 7 W mediach społecznościowych Zamawiający przewiduje m.in. reklamę Preroll o długości 60'. Czy oznacza to stworzenie kolejnego spotu video na potrzeby tego nośnika? Czy Zamawiający miał na myśli, że wyprodukowany na potrzeby TV spot 30" zostanie użyty jako preroll w mediach społecznościowych?

Odpowiedź: Zamawiający prześle Wykonawcy następujące wersje spotu: 60 sekundowy, 30 sekundowy, dwie wersje spotu 15 sekundowego

Pytanie 8 Czy Zamawiający dopuszcza użycie tego samego spotu do: TV, internetu oraz emisji w kinach?

Odpowiedź :Zamawiający do reklamy w TV, Internecie i w kinach prześle spot w wersji 60 sekundowej, 30 sekundowej oraz dwie wersje 15 sekundowe do emisji na przemian zgodnie z założeniami SOPZ i mediaplanów.