



Warszawa, dnia 03.03.2011 r.

Oznaczenie sprawy: EP-231-KAMP-2/11

Pytania dotyczące wyjaśnienia treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia

W związku z postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonym w trybie przetargu nieograniczonego, zgodnie z art. 10 ust. 1 i 39 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych przez Krajowe Biuro ds. Przeciwdziałania Narkomanii z siedzibą przy ul. Dereniowej 52/54, 02 – 776 Warszawa, którego przedmiotem jest opracowanie projektu kreacji i strategii medialnej oraz organizacja na ich podstawie ogólnopolskiej kampanii społecznej w zakresie przeciwdziałania zjawisku narkomanii, oznaczenie sprawy: EP-231-KAMP/11, wpłynęły do Zamawiającego następujące pytania:

Pytanie nr 1

W związku z organizowanym przez Państwa postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego, uprzejmie prosimy o odpowiedź na pytanie:

Jak Zamawiający rozumie „organizację” ogólnopolskiej kampanii społecznej w zakresie przeciwdziałania zjawisku narkomanii? Czy w zakres zadań Wykonawcy wchodzi również zakup mediów?

Odpowiedź Zamawiającego

Przedmiotem niniejszego postępowania o udzielenie zamówienia publicznego jest opracowanie projektu kreacji i strategii medialnej oraz organizacja na ich podstawie ogólnopolskiej kampanii społecznej w zakresie przeciwdziałania zjawisku narkomanii. Do zadań Wykonawcy należały opracowanie projektu kreacji kampanii zgodnie z wymaganiami określonymi w treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia, a w szczególności z opisem elementów kampanii (załącznik nr 5 do siwz) oraz briefem (załącznik nr 6 do siwz). Ponadto Wykonawca zobowiązany będzie do produkcji elementów kampanii wskazanych w treści załącznika nr 5 do siwz oraz zapewnienia emisji w pozyskanych mediach. Do oferty Wykonawca zobowiązany jest dołączyć, zgodnie z zapisami Działu VII pkt. 6c specyfikacji istotnych warunków zamówienia, wstępny, proponowany mediaplan. Na życzenie Wykonawca może otrzymać od Zamawiającego rekomendację potwierdzającą pozyskiwanie środków finansowych i/lub czasów emisyjnych czy przestrzeni reklamowej na rzecz projektu, który zamierza przeprowadzić Krajowe Biuro ds. Przeciwdziałania Narkomanii. Wyszczególnienie sugerowanych mediów zawiera brief – załącznik nr 6 do siwz, z którego treści jasno wynika, iż w zakres zadań Wykonawcy wchodzi pozyskanie partnerów medialnych: Krajowe Biuro nie dysponuje dodatkowymi środkami na zakup mediów. Wykonawca jest zobowiązany przedstawić w ofercie plan pozyskiwania mediów do celów realizacji projektu oraz pozyskać media dla celów realizacji Kampanii.

DYREKTOR KRAJOWEGO BIURA
ds. Przeciwdziałania Narkomanii

Prof. hab. dr hab. J. J. J.
Prof. hab. dr hab. J. J. J.