

Dotyczy postępowania pn.:

„Działania informacyjno-promocyjne realizowane na potrzeby realizacji projektu Centra Innowacyjnej Edukacji (tzw. Minikoperniki), podprojekt „Adaptacja budynków zlokalizowanych przy ul. W. Łokietka w Toruniu na potrzeby Centrum Nowoczesności Młyn Wiedzy, instytucji kultury prowadzącej innowacyjną edukację w regionie kujawsko-pomorskim”. Znak sprawy: CNMW.DK-A.3410.6.2019

PYTANIA I ODPOWIEDZI

Zamawiający udziela niniejszych odpowiedzi w związku z wnioskiem o udzielenie wyjaśnień treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia:

1. Dotyczy część 2 zadania kampania promocyjna z wykorzystaniem mediów elektronicznych i sieci internet - jakie działania informacyjno- promocyjne Zamawiający ma na myśli w tej części. Prosimy o doprecyzowanie. Czy zamawiający wyklucza działania w tym punkcie zamówienia w prasie i telewizji i serwisach online np. gazet drukowanych, ale dopuszcza działania w innym obszarze internetu. Proszę o potwierdzenie.

Odp:

Wykluczamy akcje prowadzoną w prasie/telewizji oraz w ich serwisach online.

2. Dotyczy część 2 zamówienia- zamawiający napisał, że oczekuje aby w koncepcji działań informacyjno-promocyjnych załączonej do oferty wykonawca uwzględnił działania o zasięgu ogólnopolskim. Czy to nie jest sprzeczne z celem głównym tego projektu. Wg. zapisów w SWIZ celem jest poinformowanie wszystkich zainteresowanych o innowacyjnej edukacji prowadzonej przez Centrum Innowacyjnej Edukacji, które adresuje swoją ofertę do odbiorców w regionie kujawsko- pomorskim. Kampania promocyjna powinna naszym zdaniem być skierowana do obszaru działania instytucji. Zasięg ogólnopolski jest w tym przypadku zbędny i będzie generował niepotrzebne koszty. Prosimy o ustosunkowanie się do tych wątpliwości.

Odp:

Zasięg projektu ma charakter ogólnopolski, dlatego też prosimy o uwzględnienie tego faktu dla zasięgu kampanii.

3. Prosimy o przesłanie mailem kopii protokołu tego postępowania.

Odp:

Skan protokołu w załączeniu.

4. Jak mamy rozumieć zapis dotyczący kryterium oceny różne kanały informacyjne w części nr 2 zadania. Co Zamawiający uważa za jeden kanał informacyjny? czy np. kanałem informacyjnym jest jeden konkretny portal internetowy?

Odp:

Przez "jeden kanał informacyjny" uważany jest poszczególny portal internetowy/serwis społecznościowy.

5. Dotyczy kryterium merytoryczne oceny drugiej części zadania- Zamawiający napisał w koncepcji działań promocyjnych " mają zostać uwzględnione odpowiednie do założeń projektu i przyszłego funkcjonowania Centrum Innowacyjnej Edukacji" - Jakie są założenia projektu i jak będzie funkcjonować przyszłe Centrum Innowacyjnej Edukacji.

Odp:

*Informacja o projekcie jest dostępna na stronie internetowej:
<http://mlynwiedzy.org.pl/minikoperniki/>*

6. Dotyczy kryterium merytoryczne oceny drugiej części zadania- "mają zostać uwzględnione etapy (okresy) realizacji kampanii związane z pracami budowlanymi i montażowymi wystawy „Ścieżki dorastania”. - Co Zamawiający konkretnie rozumie pod tym zapisem.

Odp:

Działania informacyjno-promocyjne powinny być związane z postępem prac budowlanych. Np. jeżeli zakończą się prace budowlane i rozpocznie się montaż ekspozycji - można zaplanować działania, które poinformują o tym fakcie.

7. Dotyczy kryterium merytoryczne oceny drugiej części zadania- mają zostać uwzględnione elementy związane z budowlanym aspektem realizowanego projektu oraz docelową działalnością kulturalną - Co zamawiający ma konkretnie na myśli w tym zakresie.

Odp:

Działania informacyjno-promocyjne mają zakładać uwzględnienie w ich treści projektu pod kątem zakresu adaptacji budynków (co zostało wykonane przez Gminę Miasta Toruń), jak również oferty kulturalnej, która będzie w nich realizowana po zakończeniu projektu.

DYREKTOR

Monika Wiśniewska