



Urząd Miasta Kołobrzeg

78-100 Kołobrzeg
ul. Ratuszowa 13
tel.: 94 35 51 500
fax. 94 35 23 769
e-mail: urzad@um.kolobrzeg.pl
www.kolobrzeg.pl

Kołobrzeg 15.04.2019 r.

BPM.0543.6.2019.V

Wg rozdzielnika

Dotyczy: zapytania ofertowego na zadanie: Opracowanie projektu graficznego narzędzi oraz realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej programu „Kołobrzaska Karta Mieszkańca”.

Poniżej udzielamy odpowiedzi dotyczących zapytania ofertowego na zadanie: Opracowanie projektu graficznego narzędzi oraz realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej programu „Kołobrzaska Karta Mieszkańca”:

Pytanie nr 1

1. Dotyczy przygotowanie kampanii informacyjno-promocyjnej Karty Mieszkańca Kołobrzegu- Zamawiający napisał, że integralną częścią zamówienia jest przygotowanie kampanii produktu KMK. Przy czym kampania ma być spójna, konsekwentna, nieinwazyjna itp. Zamawiający jednak nie wskazał żadnych innych merytorycznych przesłanek dotyczących samego produktu KMK. Ponadto wykonawcy nie znają wysokości budżetu jakim dysponuje Zamawiający.

Opis "Kampania spójna, konsekwentna, nieinwazyjna itp" może dotyczyć kampanii wykonanej za 20 tys zł jak również za 2 mln złotych. Bez szacunkowej kwoty i podstawowej informacji (choćby określenia grup docelowych kampanii) jest niewykonalne zaplanowanie jakiegokolwiek kampanii w sposób profesjonalny. Wykonawcy dobierają bowiem narzędzia, do możliwości finansowych klienta. Prosimy więc, przesłanie informacji o zakładanym budżecie na kampanię, grupach docelowych, informacji merytorycznych o samym produkcie KMK. Przedstawienie kwoty szacunkowej na to zadanie, nie będzie kolidowało z kryterium najniższa cena, gdyż to w gestii Wykonawców będzie przygotowanie takich narzędzi aby były one zarówno efektywne cenowo jak i skuteczne.

Odpowiedź nr 1

Informujemy, że szacunkowa kwota netto tego zadania wynosi 24.390,24 zł.

Szczegółowe informacje o grupach docelowych, informacje o produkcie, jakim jest Kołobrzaska Karta Mieszkańca (KKM), znajdują się w przyjętej uchwale, która stanowi załącznik do niniejszej odpowiedzi. Uchwała nr V/69/19 z dnia 26 lutego 2019r.

Grupą docelową są mieszkańcy miasta Kołobrzeg, którzy spełniają co najmniej jeden z poniższych warunków:

- a) są zameldowani na pobyt stały na terenie Miasta,
- b) zamieszkują na terenie Miasta i rozliczają podatek dochodowy od osób fizycznych w Urzędzie Skarbowym w Kołobrzegu ze wskazaniem Miasta jako miejsca swego zamieszkania, bez względu na to, czy osoby te osiągają dochód.

Program Kołobrzaska Karta Mieszkańca ma na celu:

- 1) rozwój Miasta,
- 2) promocję Miasta jako miejsca atrakcyjnego do osiedlenia się,
- 3) poprawę warunków i jakości życia mieszkańców Kołobrzeg,
- 4) zwiększenie dostępności do komunikacji miejskiej,

Biuro Prezydenta Miasta, Kierownik Kinga Stankiewicz, tel.: 94 35 51 518, e-mail: k.stankiewicz@um.kolobrzeg.pl

- 5) zwiększenie dostępności do miejskich obiektów użyteczności publicznej,
- 6) umacnianie poczucia tożsamości lokalnej mieszkańców,
- 7) poszerzenie oferty możliwości spędzania wolnego czasu,
- 8) kształtowanie kultury spędzania czasu wolnego.

Program Kolobrzaska Karta Mieszkańca realizowany jest w szczególności w następujących obszarach:

- a) komunikacja miejska,
- b) kultura,
- c) sport i rekreacja,
- d) wychowanie i oświata,
- e) zdrowie,
- f) pomoc społeczna,
- g) gastronomia i sklepy,
- h) usługi.

Link do uchwały: <http://umkolobrzeg.esp.parseta.pl/index.php?id=112973>
<https://www.infor.pl/akt-prawny/U83.2019.057.0001622,metryka,uchwala-nr-v6919-rady-miasta-kolobrzeg-w-sprawie-wprowadzenia-irealizacji-programu-pn-kolobrzaska-karta-mieszkanca.html>

Pytanie nr 2

2. Dotyczy kryterium wyboru jakości grafiki - zamawiający żąda od firm przystępujących do tego postępowania dołączenia do oferty następujących projektów : karty MK, plakatu promocyjnego, ulotki informacyjnej, projektu strony internetowej. Jednocześnie Zamawiający napisał, że przedmiotem tego zamówienia jest między innymi opracowanie projektu graficznego tych narzędzi. Abstrahując już od faktu, że do przygotowania takich projektów potrzebny jest dostęp do identyfikacji wizualnej miasta. Niezrozumiałe jest dla nas żądanie do wykonawców startujących w tym postępowaniu wykonanie tego zamówienia nie jako przed jego wygraniem. Rozumiemy, że Zamawiający chce dokonać wyboru na podstawie pomysłu, identyfikacji wizualnej produktu KMK, jednak oczekiwanie od wszystkich wykonawców startujących w postępowaniu wykonaniu tak naprawdę większej części pracy pro publico bono jest co najmniej kontrowersyjne. Wykonawcy są firmami komercyjnymi a nie charytatywnymi. Ich działalność polega na zarabianiu na takich zleceniach jak to. Zapis dotyczący oczekiwań Państwa względem "potencjalnych " wykonawców naszym zdaniem narusza zasady uczciwej konkurencji, gdyż z góry skazuje na przegraną część podmiotów, mimo wykonania tak naprawdę dużej części zamówienia. Tylko na marginesie wskazujemy też, że takie kryterium jest niezwykle subiektywne i w związku z tym zawsze będzie wiązało się wątpliwościami co bezstronności wyboru. Zapisy tego kryterium powinny być uszczegółowione a punktacja rozwinięta.

Mając powyższe na względzie wnioskujemy o to aby Zamawiający określił jeden produkt np kartę MK, który powinien być wykonany jako element na podstawie , którego będzie on oceniał jakość i koncepcję grafiki. Jest to zasadne tym bardziej, że jest oczywiste iż cała identyfikacja wizualna KMK powinna być spójna.

Odpowiedź nr 2

Zamawiający nie wyraża zgody na dołączenie do oferty tylko jednego projektu graficznego. Zamawiający chce mieć możliwość oceny spójności całej identyfikacji wizualnej KMK.

Pytanie nr 3

3. Dotyczy kryterium wyboru ocena projektu kampanii promocyjnej- Zamawiający napisał, że będzie oceniał projekt wg następujących kryteriów: a) czytelność przekazu, b) oryginalność i nowoczesność nowatorskiej formy.

Prosimy o doprecyzowanie co Zamawiający ma na myśli. Biorąc pod uwagę, że nie przedstawił żadnych ram dotyczących elementów składowych kampanii, niezwykle trudne a

co za tym idzie mało obiektywne porównanie dwóch różnych projektów kampanii np. opartych na zupełnie innych narzędziach. Obecny zapis pozwala na szeroko rozumianą dowolność co wprost łamie zasady uczciwej konkurencji. Kryterium to winno być tak ułożone aby była możliwość weryfikacji wyboru dokonanego przez Zamawiającego. Przepisy zamówień realizowanych ze środków publicznych jasno określają, że dodatkowe kryteria powinny być jasne, przejrzyste i pozwalające zweryfikować wybór Zamawiającego.

Mając powyższe na względzie wnosimy o zmianę zapisów tego kryterium w taki sposób, aby nie naruszały one zasady uczciwej konkurencji, pozwoliły wszystkim wykonawcom spełniającym warunki udziału w postępowaniu przystąpić do niego.

Odpowiedź nr 3

W przypadku oceny projektu kampanii informacyjno-promocyjnej wdrażającej program KKM ocenie podlegać będzie:

a. Czytelności przekazu, przez co rozumie się, że komunikat został przekazany w sposób prosty i zrozumiały, projekt zawiera najważniejsze informacje. Zamawiający będzie ocenił wartości marketingowe (wywoływanie pozytywnych skojarzeń, łatwość rozpoznania i zapamiętywania najważniejszych informacji dotyczących KKM)

b. Oryginalność i nowoczesność, przez co rozumie się zastosowanie w przedstawionych pracach pomysłowej i nowatorskiej formy.

Ocenie podlegać będzie: dostosowanie obrazu do treści merytorycznej, nowoczesne techniki podnoszące atrakcyjność, niepowtarzalność i pomysłowość, oddające złożoność przekazywanych treści. Zamawiający będzie zwracał uwagę na formę przekazu i sposób przedstawienia projektu, a także możliwość skupienia uwagi odbiorców.

Pytanie nr 4

4. Dotyczy kryterium główne udziału w postępowaniu- Zamawiający napisał, że wykonawcy przystępujący do tego postępowania powinni posiadać dostęp do aktualnych zdjęć z Kołobrzegu w ilości 20 szt. Warunek ten naszym zdaniem jest sprzeczny z zasadami uczciwej konkurencji. Wiadomym bowiem jest, że dostęp do takiej bazy zdjęć może być utrudniony dla części wykonawców, którzy nigdy wcześniej nie współpracowali z UM Kołobrzeg. Natomiast preferuje wszystkich tych, którzy już coś realizowali dla Kołobrzegu i być może mają zdjęcia. Szczególnie jest tu kluczowy zakres dat 2018-2019 . Jest oczywiste, że w bieżącym roku jest możliwe wykonanie zdjęć, jednak cofnięcie się do roku 2018 raczej nie wchodzi w grę. Należy zauważyć też , że bazy zdjęć tzw. stocki mogą nie dysponować wystarczającą liczbą zdjęć z roku 2018 , które mogłoby posłużyć do tej kampanii. O ile w ogóle dysponują takimi zdjęciami.

Odpowiedź nr 4

Zamawiający przychyliła się do uwagi wskazanej powyżej i dopuszcza możliwość posiadania zdjęć tylko z roku obecnego, tj. 2019r. jak również wykonania sesji zdjęciowej Kołobrzegu po podpisaniu umowy.

Z poważaniem
KIEROWNIK
BIURA PREZYDENTA MIASTA

Kinga Stankiewicz