



URZĄD MARSZAŁKOWSKI
WOJEWÓDZTWA LUBUSKIEGO

65-057 Zielona Góra
ul. Podgórna 7
tel. +48 /68/456 52 00, 320 20 37
fax +48 /68/456 52 96
www.lubuskie.pl

DA.III.272.2.54.2012

Zielona Góra, 2012 – 07 – 24

WYJAŚNIENIA TREŚCI SPECYFIKACJI ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA (1)

dotyczy: postępowania prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego pn. „Produkcja filmu i spotu reklamowego wraz z emisją w telewizji ogólnopolskiej o profilu biznesowym oraz wytłoczenie 2.000 szt. płyt DVD wraz z dostawą do siedziby Zamawiającego w ramach projektu pn. „Promocja Gospodarcza Województwa Lubuskiego” (nr RPLB.01.02.00-08-009/09), współfinansowanego ze środków Lubuskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2007- 2013.”

Działając na podstawie art. 38 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2010 r., Nr 113, poz. 759 z późn. zm.) w związku z wpływieniem do Zamawiającego w dniach 19.07.2012 r. i 20.07.2012 r. (faksem) pytań do SIWZ, udziela się następujących odpowiedzi:

Pytanie nr 1:

„Zwracamy się o wyjaśnienie istotnych postanowień SIWZ: w j. niemieckim i angielskim ma być lektor czy napisy?”

Odpowiedź:

Film i spot reklamowy ma być zrozumiały dla słuchaczy operujących językiem niemieckim i angielskim. W zależności od koncepcji scenariusza Wykonawca może zastosować zarówno lektora, jak i tylko napisy lub lektora z napisami.

Pytanie nr 2:

„Co rozumiemy jako nowoczesne środki wyrazu?”

Odpowiedź:

Przez nowoczesne formy wyrazu Zamawiający rozumie środki mające na celu wywołanie u widza określonych emocji, pobudzenie jego wyobraźni, w tym elementy grafiki komputerowej oraz animacji 2D.

Pytanie nr 3:

„Scenariusz powinien precyzyjnie określać poszczególne ujęcia i rodzaje oprawy graficznej użytej w filmach reklamowych – w jakiej formie ma być to „precyzyjne określanie” (zdjęcie, opis, rysunek, storyboard)?”

Odpowiedź:

Zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia koncepcja scenariusza musi być przedstawiona w formie pisemnej, Zamawiający dopuszcza zarówno formę opisową, jak i rysunkową (storybord).

Pytanie nr 4:

„Czy możliwe jest wsparcie w uzyskaniu dostępu do firm wymienionych jako propozycje do sfilmowania?”

Odpowiedź:

Zamawiający udzieli wsparcia, ale nie gwarancji w uzyskaniu dostępu do zaproponowanych firm.

Pytanie nr 5:

„Uniwersytet Zielonogórski jest obecnie bez studentów, a więc martwy z punktu widzenia filmowego, czy Zamawiający zadowolony się ujęciem budynku z zewnątrz?”

Odpowiedź:

Kręcenie zdjęć filmowych w zaproponowanych lokalizacjach nie jest obligatoryjne i stanowi sugestie Zamawiającego jako propozycje, Zamawiający przychylił się do sfilmowania obiektu Uniwersytetu Zielonogórskiego pod warunkiem, że będzie on spójny z zaproponowanym przez Wykonawcę scenariuszem.

Pytanie nr 6:

„Jaka jest możliwość pomocy uzyskania materiałów filmowych Woodstock – czy Wykonawca ma to załatwić (i opłacić) we własnym zakresie?”

Odpowiedź:

Zamawiający zapewnia dostęp do materiałów z Festiwalu Woodstock.

Pytanie nr 7:

„Czy Zamawiający może wskazać miejsca atrakcyjne turystycznie w regionie?”

Odpowiedź:

Zamawiający może wskazać główne atrakcje województwa lubuskiego pod względem turystycznym.

Pytanie nr 8:

„Czy Zamawiający może dostarczyć teksty dotyczące regionu, do wykorzystania w scenariuszu?”

Odpowiedź:

Zamawiający może przedstawić teksty o województwie, które mogą posłużyć jako pomoc w tworzeniu kreatywnego scenariusza.

Pytanie nr 9:

„Ponieważ harmonogram jest nieproporcjonalny – 7 dni na napisanie scenariusza i 7 dni na uwagi, 7 dni na poprawki – to daje 3 tygodnie. Kiedy w takim razie Zamawiający proponuje rozpoczęcie produkcji filmu? W połowie września? – jaka jest możliwość zmian tych propozycji?”

Odpowiedź:

Harmonogram wskazuje maksymalną ilość dni na zadania dla każdej ze stron. Możliwe jest skrócenie tego czasu w momencie, gdy Wykonawca/Zamawiający będą realizować zadania szybciej.

Pytanie nr 10:

„Jeśli okaże się, że w momencie rozpoczęcia produkcji aura nie dopisze i brakuje wymaganych do zdjęć dni słonecznych, czy możliwe jest wydłużenie terminu realizacji (np. obecnie w ostatnich 3 tygodniach żaden dzień nie kwalifikowałby się do zdjęć radosnego, słonecznego pleneru).”

Odpowiedź:

Zamawiający zmiany terminów umownych przewidział w Rozdziale XXV pkt. 2 ppkt. 2.1 lit. a) SIWZ.

Pytanie nr 11:

„Czy 30 sec. spot emisyjny jest skrótem 3 min. filmu reklamowego?”

Odpowiedź:

Tak, spot emisyjny jest skrótem filmu reklamowego.

Pytanie nr 12:

„Jak szczegółowo ma być zaprezentowany scenariusz, lub scenariusze filmów reklamowych, ponieważ w pp. 3 Inne oświadczenia i dokumenty p. XIII SIWZ piszecie Państwo o koncepcji scenariusza. Natomiast w załączniku nr 1 jest napisane scenariusz powinien precyzyjnie określać poszczególne ujęcia etc.”

Odpowiedź:

Koncepcja scenariusza powinna przedstawiać propozycję w formie opisowej lub storybord.