

Toruń, dnia 20.03.2019 r.

ODPOWIEDŹ NA PYTANIE WYKONAWCY

Dot. postępowania o zamówienie publiczne

pn. „Kampania informacyjno-promocyjna”, nr ref. KPFR/KAMPANIA_IP/1/2019

I. Działając na podstawie art. 38 ust. 1 i 2 ustawy Prawo zamówień publicznych, w związku z zapytaniem wykonawcy, Kujawsko-Pomorski Fundusz Rozwoju Sp. z o.o. udziela wyjaśnień treści SIWZ jak niżej.

Pytanie 1: Czy zamawiający dopuszcza modyfikację hasła „Duże wsparcie dla małych firm” funkcjonujące w zeszłorocznej kampanii?

Odpowiedź 1: Zapisy szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia, stanowiącego załącznik nr 1 do SIWZ nie wykluczają modyfikacji hasła „Duże wsparcie dla małych firm”, jednakże należy pamiętać, iż koncepcja kreatywna kampanii, do której zalicza się również hasło kampanii musi nawiązywać do poprzedniej kampanii, która była realizowana na zlecenie Zamawiającego w okresie od 01.09. – 15.11.2018r. Zamawiający zakłada, że Wykonawca, z uwagi na swój profesjonalizm i doświadczenie w przedmiocie Zamówienia wie jak opracować **swoją własną koncepcję kreatywną kampanii**, aby rozpoznawalność marki Zamawiającego wypracowana/zbudowana w oparciu o hasło oraz motywy graficzne używane w poprzedniej kampanii nie została utracona, a rozszerzała się i była utrwalana.

Pytanie 2: Poprzednia kampania wykorzystywała rysunkowe motywy graficzne. Czy w związku z tym, nowa koncepcja kreatywna kampanii, również powinna skupić się na takiej stylistyce, aby nie utracić rozpoznawalności marki?

Odpowiedź 2: Zamawiający zakłada, że Wykonawca, z uwagi na swój profesjonalizm i doświadczenie w przedmiocie Zamówienia wie jak opracować **swoją własną koncepcję kreatywną kampanii**, aby rozpoznawalność marki Zamawiającego wypracowana/zbudowana w oparciu o hasło oraz motywy graficzne używane w poprzedniej kampanii nie została utracona, a rozszerzała się i była utrwalana. W związku z tym Zamawiający oczekuje, że to Wykonawca zaproponuje stylistykę, która pozwoli osiągnąć powyższy cel.

Beata Kmieć

Przewodnicząca komisji przetargowej