

Warszawa, 10.02.2020 r.

Numer sprawy: 1/2020

Do:

Wszystkich zainteresowanych

dotyczy: postępowania o zamówienie publiczne w trybie przetargu nieograniczonego na: **Działania informacyjno-promocyjne w ramach projektu pn. „Otwarte Narodowe. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.**

WYJAŚNIENIA I ZMIANA TREŚCI SIWZ

I. Na podstawie art. 38 ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity Dz. U. z 2019 r., poz. 1843 ze zm.), dalej zwanej „ustawą Pzp”, Zamawiający Muzeum Narodowe w Warszawie informuje, iż otrzymał poniższe wnioski o wyjaśnienie treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia (SIWZ), na które udzielił następujących odpowiedzi:

Pytanie 1

Dotyczy kampania promocyjna w internecie - Zamawiający napisał "Kampania odslonowa na serwisach: fakty, film i muzyka. Czy Zamawiający ma na myśli serwisy informacyjne o nazwach własnych np Fakty, czy też mają to być inne serwisy

Odpowiedź 1

Zgodnie z Częścią 1 (pkt 1.1.) Opisu Przedmiotu Zamówienia (zwany dalej OPZ), Zamawiający potwierdza, że wskazuje wyłącznie kategorie tematyczne serwisów, nie zaś ich nazwy własne.

Dotyczy projektu pn. „Otwarte Narodowe. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

Pytanie 2

Prosimy o doprecyzowanie jakie konkretnie serwisy (rodzaj) jaka ich ilość i jakim zasięgu mają być wykorzystane do tej kampanii. Czy odsłony mają być podzielone proporcjonalnie na ilość serwisów?

Odpowiedź 2

W Części 1 (pkt 1.1.) OPZ, Zamawiający wskazuje wyłącznie kategorie tematyczne serwisów. Jednocześnie, Zamawiający nie stawia warunków w zakresie proporcji odsłon dotyczących poszczególnych serwisów.

Pytanie 3

Dotyczy druk ulotki- zamawiający napisał : "500 ulotek informacyjnych przygotowanych na podstawie materiałów przekazanych przez Zamawiającego. Czy Zamawiający ma na myśli przekazanie gotowego projektu czy tylko treści na podstawie której wykonawca wykona projekt.

Pytanie 4

Czy pliki graficzne dostarczone przez Zamawiającego, będą w formie gotowej do druku, czy będą wymagały obróbki-dopasowania do formatu przez Wykonawcę?

Odpowiedź 3-4

Zgodnie z Częścią 2 (pkt 2.1.) OPZ, Zamawiający potwierdza, że zamówienie dotyczy wyłącznie druku ulotki na podstawie przygotowanego i przekazanego przez Zamawiającego materiału graficznego. Pliki graficzne dostarczone przez Zamawiającego będą gotowe do druku.

Dotyczy projektu pn. „Otwarte Narodowe. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

Pytanie 5

Dotyczy przygotowanie trzech spotów video w technice animacji komputerowej-
: Prosimy o doprecyzowanie o jaki rodzaj animacji chodzi.

Pytanie 6

Co konkretnie mają Państwo na myśli określając technikę wykonania spotów jako animację komputerową?

Odpowiedź 5-6

W nawiązaniu do Części 3 (pkt 3.1.) OPZ, Zamawiający potwierdza, że zamówienie dotyczy animacji 2D (animacja elementów graficznych dostarczonych przez Zamawiającego). Na oficjalnym kanale YouTube Muzeum Narodowego w Warszawie (zwane dalej MNW) zostały opublikowane dotychczas zrealizowane animacje.

Oficjalny kanał YouTube MNW:

<https://www.youtube.com/channel/UCBjB44dvd2F5MN-fC-eokIg>

Pytanie 7

Prosimy o podanie co konkretnie ma być przedmiotem poszczególnych spotów. Zapis mówiący o tym że mają przedstawiać efekty jak i drogę powstawania serwisu jest zbyt ogólnikowy. Trudno tu mówić o jakieś wycenie nie znając podstawowych informacji o treści spotów.

Odpowiedź 7

W nawiązaniu do Części 3 (pkt. 3.1.-3.3.) OPZ, Zamawiający potwierdza, że spoty mają na celu zaznajomienie społeczeństwa z powstałym w ramach Projektu nowym serwisem internetowym Muzeum. Zgodnie z informacjami dotyczącymi Projektu, znajdującymi się na oficjalnej stronie MNW potwierdzamy:

"Realizacja projektu pozwoli na stworzenie udoskonalonego serwisu oraz wykonanie fotografii kolejnych 19 tysięcy zabytków. W nowym serwisie znajdzie się 15 ścieżek

Dotyczy projektu pn. „Otwarte Narodowe. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.



tematycznych, wzbogaconych 15 filmami edukacyjnymi przetłumaczonymi na Polski Język Migowy, a także 100 kart edukacyjnych do pobrania, przydatnych na lekcjach lub szkolnych prezentacjach. Cała strona internetowa będzie dostępna w języku polskim i angielskim. Nowy serwis będzie funkcjonował pod dotychczasową nazwą Cyfrowe MNW.

Dzięki profesjonalnym opisom obiektów serwis stanowić będzie cenne źródło wiedzy oraz inspiracji dla studentów, naukowców i pracowników instytucji kultury. Przedstawiciele biznesu, w tym branży kreatywnej, znajdą tu materiały w wysokiej jakości również do projektów o charakterze komercyjnym. Opracowanie nowego serwisu internetowego wykracza ponad niezbędne standardy cyfrowego udostępniania zasobów. Dostosowanie projektu do wytycznych Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0 zapewnia dostępność informacji prezentowanych w serwisie także dla osób niepełnosprawnych, m.in. niewidomych, słabo widzących i niesłyszących."*

*Źródło:

<http://www.mnw.art.pl/projekty/projekty-unijne/otwarte-narodowe/>

Aktualna wersja Cyfrowych Zbiorów MNW:

<http://cyfrowe.mnw.art.pl/dmuseion>

Pytanie 8

Ponadto zamawiający napisał w tym punkcie zamówienia, że będą jakieś wersje spotów. O jakie wersje chodzi.

Odpowiedź 8

Zgodnie z Częścią 3 (pkt 3.1.) OPZ, Zamawiający potwierdza, że zamówienie dotyczy trzech spotów (60 sekund każdy), w tym dwa spoty z muzyką, lektorem i udźwiękowieniem.

Dotyczy projektu pn. „Otwarte Narodowe. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

Pytanie 9

Zamawiający napisał też w punkcie 3.6 informacje o briefingu planowanym pomiędzy 5-6 tygodniem od podpisania umowy z wykonawcą. Proszę uszczegółowić o jaki briefing chodzi.

Odpowiedź 9

Zgodnie z Częścią 3 (pkt 3.6.) OPZ, Zamawiający potwierdza, że użyto słowa "briefing" na określenie spotkania mającego na celu sprecyzowanie założeń dotyczących realizowanego zamówienia, tj. spotów (przekazanie zdjęć, materiałów).

Pytanie 10

Prosimy też skonkretyzowanie podstawowych zapisów dotyczących parametrów technicznych spotów.

Odpowiedź 10

Zgodnie z Częścią 3 OPZ, Zamawiający potwierdza wymóg dostarczenia gotowych materiałów wideo w postaci plików cyfrowych. Spoty wykonane będą w standardzie FullHD, w rozdzielczości 1920x1080. Kreacje będą publikowane na stronach internetowych, w SM i YouTube.

Pytanie 11

Dotyczy emisja spotu video w PKP Pendolino : prosimy o informację czy spot, który będzie emitowany w Pendolino to będzie jakaś dodatkowa produkcja czy też np będzie to któryś ze spotów przygotowanych w punkcie

Dotyczy projektu pn. „Otwarte Narodowe. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

Odpowiedź 11

Zamawiający potwierdza, że Część 4 OPZ dotyczy wyłącznie dystrybucji spotu video w pociągach Pendolino. Spot 15 sekund zostanie przygotowany i dostarczony przez Zamawiającego.

Pytanie 12

Dotyczy kryteria wyboru - jakość część trzecia - Zamawiający napisał, że oczekuje aby w tym kryterium wykonawca przedstawił tzw. treatment z opisem spotu. Przy czym jednocześnie używa określenia "slajdy". Jak mamy rozumieć te zapisy.?Słowo treatment odnosi się do streszczenia scenariusza, a więc opisu słownego. W żaden sposób nie wiąże się to z przygotowaniem slajdów.

Ponadto w tym kryterium Zamawiający napisał, że będzie oceniał :

pomysł na dotarcie do grupy z komunikatem

Sposób prezentacji nowego serwisu internetowego

Opisu sposobu uwzględnienia brandingu Muzeum oraz aspektu dofinansowania z Unii.

Takie podkryteria naszym zdaniem wymagają jednak prezentacji graficznej. Nie da się bowiem w sposób pozwalający na rzetelną ocenę np. sposób prezentacji serwisu w spocie. Słowa nigdy nie oddadzą w takim przypadku obrazu.

Ponadto nie można oprzeć się wrażeniu, że to kryterium nie ma nic wspólnego z obiektywną oceną. I praktycznie nie pozwala w sposób niepozostawiający wątpliwości ocenić ewentualne przedstawione treatmenty.

Jak bowiem w sposób obiektywny ocenić wstępny projekt scenariusza posługując się takimi sformułowaniami jak : atrakcyjny, spójny, wyczerpujący . Są to określenia absolutnie subiektywne. Bo dla jednej osoby coś może być atrakcyjne a dla drugiej nie. Podobnie jest z pozostałymi bardzo ogólnymi pojęciami.

Naszym zdaniem Zamawiający jak instytucja publiczna powinien dążyć do tego aby postępowanie było przeprowadzone w sposób transparentny i uczciwy. Obecne zapisy tego nie gwarantują. Można też użyć pojęcia, że naruszają zasady uczciwej konkurencji.

Dotyczy projektu pn. „Otwarte Narodowe. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

Nie bez znaczenia jest również fakt, że aby przygotować wspomniany już wyżej treatment, trzeba posiadać wiedzę o przedmiocie danego filmu. Opis, który zamieścił Zamawiający w żaden sposób nie pozwala na przygotowanie takiego dokumentu. Bo w jaki sposób np ma wykonawca przedstawić działanie portalu, nie mając nawet podstawowej wiedzy na ten temat. Podobnie ma się sprawa z np treścią dotyczącą tego jak powstawał serwis internetowy. Skąd Wykonawca ma czerpać wiedzę aby przygotować streszczenie scenariusza? Bez tak podstawowych informacji trudno zaproponować pomysł na prezentację tego w filmie trwającym 60 sekund.

Odpowiedź 12

Zgodnie z pkt. XIX SIWZ w zakresie kryterium „Jakość” – część 3 – Wykonawca może otrzymać 40 pkt, które zostaną przyznane na podstawie załączonych 4 slajdów zawierających opis spotu (treatment). Zamawiający potwierdza, że określenie „slajdy” odnosi się do projektów graficznych.

W celu uniknięcia wątpliwości dotyczących zasadności oceny, Zamawiający informuje, że MNW powoła Komisję do oceny nadesłanych projektów graficznych w ramach kryterium „Jakość” w związku z postępowaniem przetargowym nr 1/2020, ogłoszonym 03.02.2020 r. pod nazwą: Przeprowadzenie działań informacyjno-promocyjnych w ramach projekt pn. „Otwarte Narodowe. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury” (Część 3 – Spoty promocyjne).

W związku z powyższym Zamawiający nie przewiduje tym zakresie zmian zapisów SIWZ.

Pytanie 13

Chodzi o szacowany budżet, czy w kosztorysie należy uwzględnić zakup mediów włączając w to zakup emisji na nośnikach w PKP oraz emisje w kinach studyjnych?

Dotyczy projektu pn. „Otwarte Narodowe. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

Odpowiedź 13

Zgodnie z treścią SIWZ, Zamawiający potwierdza, że przedmiot zamówienia został podzielony na 5 części. Wykonawca może złożyć ofertę na jedno, kilka lub wszystkie części przedmiotu zamówienia. Każda z części powinna zawierać odrębny kosztorys.

Pytanie 14

Pytanie o punktację dotyczącą deklaracji ilości odsłon dla punktu 1.1 – czy to dotyczy konkretnie kampanii w Internecie?

Odpowiedź 14

Tak, Zamawiający potwierdza, że zgodnie z treścią SIWZ: Część 1. dot. Internetowej kampanii promocyjnej.

Pytanie 15

Prosimy o analizę i zmianę zapisów w umowie tego postępowania dotyczącą płatności.

Zamawiający napisał, że płatność nastąpi po wykonaniu całego zamówienia.

Jednocześnie poszczególne części zamówienia mają być realizowane w różnych terminach dość odległych od siebie. Zapłata na koniec całego projektu będzie powodowała konieczność przez wykonawcę nie jako kredytowania tego postępowania przez dłuższy czas.

W związku z powyższym postulujemy aby zamawiający dokonywał płatności za wykonaną daną część zadania.

Mając powyższe na względzie wnioskujemy o zmianę zapisów umowy.

Dotyczy projektu pn. „Otwarte Narodowe. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

Odpowiedź 15

Zamawiający potwierdza, że zgodnie z treścią SIWZ: Zamówienie zostało podzielone na 5 części. Zamawiający dopuszcza składanie ofert częściowych na jedną lub więcej części zamówienia. Zamawiający potwierdza, że Załącznik nr 5 do SIWZ stanowi wzór umowy do każdej części.

W związku z powyższym Zamawiający nie przewiduje zmian zapisów umowy.

Pytanie 16

Czy kampania ma opierać się wyłącznie na Google Ads, czy SM też mamy brać pod uwagę?

Odpowiedź 16

Zamawiający potwierdza, że Część 1 OPZ nie uwzględnia SM.

Pytanie 17

W ofercie mają się znaleźć 4 slajdy opisujące spot – rozumiem, że przykładowo jeden z trzech?

Odpowiedź 17

Zamawiający potwierdza, że Zgodnie z pkt. XIX SIWZ w zakresie kryterium „Jakość” – część 3 – Wykonawca może otrzymać 40 pkt, które zostaną przyznane na podstawie załączonych 4 slajdów zawierających opis spotu (treatment). Zamawiający jednocześnie potwierdza, że wyżej wymienione slajdy dotyczą jednej z wersji spotu.

Pytanie 18

Dotyczy projektu pn. „Otwarte Narodowe. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

Czy dopuszczają Państwo, by bannery, o których mowa w kampanii były również przygotowane przez nas, tak, by wszystkie elementy kampanii były ze sobą spójne?

Odpowiedź 18

Zamawiający potwierdza, że przygotowanie banerów internetowych nie jest przedmiotem Zamówienia. Banery zostaną przygotowane i dostarczone przez Zamawiającego.

Pytanie 19

To samo dotyczy spotu 15sek do PKP, jak również spotu do emisji w kinach, chyba, że to miałyby być jeden z trzech z punktu 3.

Odpowiedź 19

Zamawiający potwierdza, że Część 4 OPZ dotyczy wyłącznie dystrybucji spotu video w pociągach Pendolino. Spot 15 sekund zostanie przygotowany i dostarczony przez Zamawiającego. Zamawiający potwierdza jednocześnie, że jeden ze spotów video, będący przedmiotem zamówienia w Części 3, jest przewidziany do dystrybucji w kinach studyjnych (Część 5. OPZ Dystrybucja spotu video / Kina studyjne).

Pytanie 20

Jaka jest szacunkowa wartość Części 1 Zamówienia?

Odpowiedź 20

Bezpośrednio przed otwarciem ofert Zamawiający poda kwotę, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia.

Dotyczy projektu pn. „Otwarte Narodowe. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

Pytanie 21

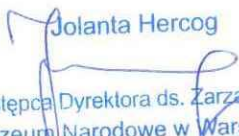
Jaki jest budżet, jaki Zamawiający może przeznaczyć na realizację Części 1 Zamówienia?

Odpowiedź 21

Zgodnie z art. 86 ust. 3 Pzp, kwota jaką Zamawiający zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia zostanie podana bezpośrednio przed otwarciem ofert.

II. Zamawiający dokonuje zmiany terminu składania ofert i wyznacza go na dzień 14 lutego 2020 r. godz. 9.00. Otwarcie ofert nastąpi w dniu 13 lutego 2020 r. o godz. 9.15. Mając na uwadze powyższe w rozdziale XVI SIWZ:

1. pkt 1 otrzymuje brzmienie: **Oferty można składać w siedzibie Zamawiającego – w Dziale Zamówień Publicznych (pok. 260), II piętro, w terminie do dnia 14 lutego 2020 r., do godz. 9.00;**
2. pkt 3 otrzymuje brzmienie: **Oferty zostaną otwarte w siedzibie Zamawiającego, w dniu 14 lutego 2020 r., o godz. 9.15.**


Jolanta Hercog
Zastępca Dyrektora ds. Zarządzania
Muzeum Narodowe w Warszawie

Dotyczy projektu pn. „Otwarte Narodowe. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.