

Poznań, 31.08.2017 roku

DL/LZ/AW/2017/966

Uczestnicy postępowania

ENEA Centrum Sp. z o.o., jako Pełnomocnik ENEA S.A. działając na podstawie art. 38 ust.1 i 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r – Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz.U. z 2017 poz. 1579 dalej „Pzp”) informuje, że w postępowaniu o udzielenie zamówienia prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego, którego przedmiotem jest:

„Wybór agencji wspierającej działania ENEA S.A. w obszarze ATL/BTL”

Zamawiający otrzymał następujące pytania do treści Specyfikacji Istotnych Warunków Umowy Ramowej (SIWUR) oraz udzielił odpowiedzi zgodnie z art. 38 ustawy Pzp.

Pytanie 1

Czy posiadają Państwo badania dotyczące potrzeb konsumentów wobec kategorii?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że wszystkie dane niezbędne do przygotowania koncepcji kreatywnej kampanii zawarte są w Załączniku nr 11 do SIWUR „Zadanie kreatywne”. Zamawiający zdaje sobie sprawę, że są to informacje ogólne, nie wyczerpują w pełni zagadnienia, ale Wykonawcy będą w stanie skonstruować koncepcję kampanii w oparciu o własne doświadczenie i podane dane.

Pytanie 2

Czy posiadają Państwo bardziej szczegółowe informacje na temat poszczególnych segmentów, do których kierowana będzie kampania?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że wszystkie dane niezbędne do przygotowania koncepcji kreatywnej kampanii zawarte są w Załączniku nr 11 do SIWUR „Zadanie kreatywne”. Zamawiający zdaje sobie sprawę, że są to informacje ogólne, nie wyczerpują w pełni zagadnienia, ale Wykonawcy będą w stanie skonstruować koncepcję kampanii w oparciu o własne doświadczenie i podane dane.

Pytanie 3

Czy posiadacie Państwo badania dotyczące satysfakcji obecnych klientów ENEA? W szczególności jeśli chodzi o użytkowników produktów „Pewna Cena” oraz „Stała Cena”

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że wszystkie dane niezbędne do przygotowania koncepcji kreatywnej kampanii zawarte są w Załączniku nr 11 do SIWUR „Zadanie kreatywne”. Zamawiający zdaje sobie sprawę, że są to informacje ogólne, nie wyczerpują w pełni zagadnienia, ale Wykonawcy będą w stanie skonstruować koncepcję kampanii w oparciu o własne doświadczenie i podane dane.

Pytanie 4

Czy ważniejsza jest konwersja aktualnych klientów Enea czy pozyskiwanie nowych?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że działaniem z wyższym priorytetem jest koncentracja na lojalizacji obecnych Klientów Enei.

Pytanie 5

Czy dopuszczalna jest możliwość komunikacji do klientów indywidualnych i biznesowych poprzez dwie różne kampanie przy zachowaniu spójności na poziomie marki?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że koncepcja ma dotyczyć kampanii wspierającej sprzedaż produktów Zamawiającego, czyli produktów ENERGIA+ Pewna cena oraz ENERGIA+ Stała cena. Produkty te mają być elementem jednej koncepcji i kampanii.

Pytanie 6

Jakie są najbardziej atrakcyjne atrybuty/przewagi marki ENEA względem jej konkurencji na rynku?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że wszystkie dane niezbędne do przygotowania koncepcji kreatywnej kampanii zawarte są w Załączniku nr 11 do SIWUR „Zadanie kreatywne”. Zamawiający zdaje sobie sprawę, że są to informacje ogólne, nie wyczerpują w pełni zagadnienia, ale Wykonawcy będą w stanie skonstruować koncepcję kampanii w oparciu o własne doświadczenie i podane dane.

Pytanie 7

Który z wymienionych konkurentów stanowi dla nas największe zagrożenie? Bądź, który z nich jest dla nas najlepszym źródłem pozyskiwania nowych klientów?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że wszystkie dane niezbędne do przygotowania koncepcji kreatywnej kampanii zawarte są w Załączniku nr 11 do SIWUR „Zadanie kreatywne”. Zamawiający zdaje sobie sprawę, że są to informacje ogólne, nie wyczerpują w pełni zagadnienia, ale Wykonawcy będą w stanie skonstruować koncepcję kampanii w oparciu o własne doświadczenie i podane dane.

Pytanie 8

Czy kampania powinna być spójna z poprzednimi działaniami oraz komunikatami marki?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że materiały będące elementami kampanii powinny zostać przygotowane w oparciu o wytyczne Księgi tożsamości marki Enea.

Pytanie 9

Które komunikatów oraz kanałów komunikacji sprawdziły się w dotychczasowych działaniach sprzedażowych?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że wszystkie dane niezbędne do przygotowania koncepcji kreatywnej kampanii zawarte są w Załączniku nr 11 do SIWUR „Zadanie kreatywne”. Zamawiający zdaje sobie sprawę, że są to informacje ogólne, nie wyczerpują w pełni zagadnienia, ale Wykonawcy będą w stanie skonstruować koncepcję kampanii w oparciu o własne doświadczenie i podane dane.

Pytanie 10

Czy moglibyśmy otrzymać zestawienie dotychczasowych działań komunikacyjnych na przestrzeni ostatnich dwóch lat?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że wszystkie dane niezbędne do przygotowania koncepcji kreatywnej kampanii zawarte są w Załączniku nr 11 do SIWUR „Zadanie kreatywne”. Zamawiający zdaje sobie sprawę, że są to informacje ogólne, nie wyczerpują w pełni zagadnienia, ale Wykonawcy będą w stanie skonstruować koncepcję kampanii w oparciu o własne doświadczenie i podane dane.

Pytanie 11

Jaka jest świadomość marki ENEA wśród naszych grup docelowych? Jaka jest świadomość marek konkurencyjnych?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że wszystkie dane niezbędne do przygotowania koncepcji kreatywnej kampanii zawarte są w Załączniku nr 11 do SIWUR „Zadanie kreatywne”. Zamawiający zdaje sobie sprawę, że są to informacje ogólne, nie wyczerpują w pełni zagadnienia, ale Wykonawcy będą w stanie skonstruować koncepcję kampanii w oparciu o własne doświadczenie i podane dane.

Pytanie 12

Jakie działania budujące wizerunek marki prowadzi ENEA (sponsoring, CSR, etc.)?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że wszystkie dane niezbędne do przygotowania koncepcji kreatywnej kampanii zawarte są w Załączniku nr 11 do SIWUR „Zadanie kreatywne”. Zamawiający zdaje sobie sprawę, że są to informacje ogólne, nie wyczerpują w pełni zagadnienia, ale Wykonawcy będą w stanie skonstruować koncepcję kampanii w oparciu o własne doświadczenie i podane dane.

Pytanie 13

Do wzoru umowy ramowej: § 9 pkt. 6 - proponujemy dodanie sformułowania: "oraz kluczowym podwykonawcom, uprzednio zaakceptowanym przez przedstawiciela ENEA S.A., niezbędnym do wykonania części zamówienia zgodnie z § 2, pkt 1 tejże umowy."

Odpowiedź:

Zamawiający wyraża zgodę na dodanie zaproponowanego postanowienia i dodaje je na końcu § 9 ust. 6 dodając je po słowie „finansowymi”.

Pytanie 14

Do wzoru umowy ramowej: § 15 - proponujemy dodanie zapisu doprecyzowującego znaczenie siły wyższej: "Dla potrzeb niniejszej umowy siła wyższa oznacza zdarzenie nadzwyczajne, zewnętrzne i niemożliwe do zapobieżenia. Wykonawca nie ponosi również odpowiedzialności za zdarzenie pozostające poza kontrolą Wykonawcy, którego wystąpienie lub skutki nie mogły być przez Stronę przewidziane i uniemożliwiające wykonanie świadczeń na rzecz Zamawiającego zgodnie z zawartą Umową. Jeżeli z powodu Siły Wyższej nie będzie możliwe przeprowadzenie kampanii lub innych aktywności komunikacyjnych, Zamawiający zapłaci Wykonawcy za wszystkie pozycje z Kosztorysu, które zostały już zrealizowane.

Odpowiedź:

Zamawiający nie wyraża zgody na zmianę zapisów.

Pytanie 15

§8 ust. 2 Umowy Ramowej

Czy Zamawiający wyraża zgodę na dodanie na końcu tego postanowienia zdania jak niżej:

„W przypadku gdyby udzielenie zezwolenia na wykonywanie praw zależnych było niemożliwe, Wykonawca poinformuje o powyższym Zamawiającego w składanej przez niego ofercie. Ww. informacja wynikać także będzie z Zamówienia Wykonawczego”.

Odpowiedź:

Zamawiający nie wyraża zgody na zmianę zapisów.

Pytanie 16

§8 ust. 7 Umowy Ramowej

Czy Zamawiający wyraża zgodę na zmianę tego postanowienia w następujący sposób?

„Przejęcie praw do Rezultatów Prac nastąpi z chwilą dostarczenia Zamawiającemu nośnika, na którym został utrwalony dany Rezultat prac pod warunkiem zawieszającym w postaci terminowej zapłaty wynagrodzenia za Rezultaty prac”.

Odpowiedź:

Zamawiający nie wyraża zgody na zmianę zapisów.

Pytanie 17

§8 ust. 13 Umowy Ramowej

Czy Zamawiający wyraża zgodę na zmianę tego postanowienia i nadanie mu następującego brzmienia:

„W przypadku, gdy osoba trzecia wystąpi przeciwko Zamawiającemu z roszczeniami wynikającymi z naruszenia przysługujących jej praw, w tym praw autorskich, poprzez korzystanie, rozpowszechnianie i rozporządzanie przez Zamawiającego Rezultatami Prac zgodnie z Umową, Wykonawca zobowiązuje się zwolnić Zamawiającego z

odpowiedzialności i takich roszczeń oraz zapłacić zasądzone odszkodowanie i zwrócić Zamawiającemu udokumentowane i uzasadnione koszty poniesione przez Zamawiającego w związku z podjętą obroną. W przypadku wytoczenia przeciwko Zamawiającemu postępowania sądowego, administracyjnego lub innego postępowania, związanego z naruszeniem praw, w tym autorskich osób trzecich, w szczególności, choć nie wyłącznie – w przypadku przeniesienia na Zamawiającego praw do Rezultatów Prac pozbawionych charakteru indywidualnego, z wadami prawnymi, w tym – naruszających prawa osób trzecich, Wykonawca - na żądanie Zamawiającego - wstąpi do takiego postępowania oraz pokryje uzasadnione i udokumentowane koszty poniesione przez Zamawiającego w związku z takim postępowaniem, w tym koszty zastępstwa procesowego w wysokości według stawek minimalnych określonych właściwymi przepisami prawa."

Odpowiedź:

Zamawiający nie wyraża zgody na zmianę zapisów.

Pytanie 18

§8 ust. 14 Umowy Ramowej

Czy Zamawiający wyraża zgodę na zmianę tego postanowienia i nadania mu następującego brzmienia:

„W przypadku zaistnienia po stronie Zamawiającego potrzeby nabycia praw do utworów na innych polach eksploatacji niż określone w niniejszym paragrafie, jeżeli będzie to wymagane dla prawidłowego korzystania przez Zamawiającego z Rezultatu Prac tj. zgodnie z przeznaczeniem, dla którego był stworzony, Zamawiający zgłosi taką potrzebę i Wykonawca w terminie 7 dni od dnia zgłoszenia dołoży starań aby zawrzeć umowę przenoszącą autorskie prawa majątkowe i prawa zależne, na tych polach eksploatacji na rzecz Zamawiającego oraz regulującą kwestię nabycia innych praw, na warunkach nie gorszych niż określone w niniejszym paragrafie i w ramach wynagrodzenia określonego w § 7 ust. 1 Umowy.”

Odpowiedź:

Zamawiający nie wyraża zgody na zmianę zapisów.

Pytanie 19

§10 ust. 23 Umowy Ramowej

Czy Zamawiający wyraża zgodę na zmianę tego postanowienia i nadania mu następującego brzmienia:

„W przypadku, gdy osoba trzecia wystąpi przeciwko Zamawiającemu z roszczeniami związanymi z przedmiotem niniejszej Umowy opisanym w §10, Wykonawca zobowiązuje się zwolnić Zamawiającego z odpowiedzialności i wszelkich roszczeń oraz zapłacić zasądzone odszkodowanie i zwrócić Zamawiającemu poniesione przez niego uzasadnione i udokumentowane koszty poniesione w związku z obroną. W przypadku wytoczenia przeciwko Zamawiającemu postępowania sądowego, administracyjnego lub innego postępowania, związanego z naruszeniem praw osób trzecich w zakresie powierzonych Wykonawcy danych osobowych, Wykonawca – na żądanie Zamawiającego – wstąpi do takiego postępowania oraz pokryje udokumentowane i uzasadnione koszty poniesione przez Zamawiającego w związku z takim postępowaniem, w tym koszty zastępstwa procesowego w wysokości według stawek minimalnych określonych właściwymi przepisami prawa.”

Odpowiedź:

Zamawiający nie wyraża zgody na zmianę zapisów.

Pytanie 20

§13 ust. 3 Umowy Ramowej

Czy Zamawiający wyraża zgodę na zmianę tego postanowienia i nadanie mu następującego brzmienia:

„Niezależnie od uprawnień, o których mowa w ust. 2, Zamawiający zastrzega sobie prawo do naliczenia Wykonawcy następujących kar umownych:

- a) za opóźnienie w wykonaniu Zamówienia Wykonawczego - w wysokości 0,5% wartości netto Zamówienia Wykonawczego, którego realizacji dotyczy opóźnienie, za każdy dzień opóźnienia, jednak nie mniej niż 100,00 zł (słownie: sto zł),
- b) w przypadku wykonania Zamówienia Wykonawczego niezgodnie z jego treścią – w wysokości 10% wartości netto Zamówienia Wykonawczego,

- c) w przypadku, gdy Wykonawca nie złoży Oferty w terminie określonym w Zapytaniu lub nie uwzględni uwag, w terminie o którym mowa w § 4 ust. 7 Umowy - w wysokości 200,00 zł (słownie: dwieście zł) za każdy dzień opóźnienia,
- d) w przypadku opóźnienia w odesłaniu podpisanego Zlecenia - w wysokości 200,00 zł (słownie: dwieście zł) za każdy dzień opóźnienia,
- e) w przypadku opóźnienia w przekazaniu Zamawiającemu Raportu lub Zestawienia zaakceptowanych Raportów a także opóźnienia w ustosunkowaniu się do uwag Zamawiającego zgłoszonych do ww. dokumentów – w wysokości w wysokości 100,00 zł (słownie: sto zł) za każdy dzień opóźnienia,
- f) w przypadku opóźnienia w przekazaniu Zamawiającemu raportu, o którym mowa w § 6 ust. 7 Umowy lub informacji, o której mowa w § 6 ust. 8 Umowy – w wysokości w wysokości 200,00 zł (słownie: dwieście zł) za każdy dzień opóźnienia,
- g) w przypadku opóźnienia w przedstawieniu Zamawiającemu polisy ubezpieczeniowej potwierdzającej posiadanie przez Wykonawcę ubezpieczenia - w wysokości w wysokości 200,00 zł (słownie: dwieście zł) za każdy dzień opóźnienia.

Łączna suma kar umownych naliczonych z ww. tytułów nie może przekroczyć kwoty 5% łącznej kwoty netto wartości Umowy określonej w § 7 ust. 1 Umowy.

Odpowiedź:

Zamawiający nie wyraża zgody na zmianę zapisów.

Pytanie 21

§13 ust. 4 Umowy Ramowej

Czy Zamawiający wyraża zgodę na zmianę tego postanowienia i nadanie mu następującego brzmienia:

„Za każdy przypadek stwierdzonego prawomocnym orzeczeniem sądu lub ostateczną decyzją administracyjną naruszenia praw własności intelektualnej osób trzecich, w związku ze świadczeniem Usług przez Wykonawcę, pomimo iż Zamawiający korzysta z Rezultatów prac zgodnie z Umową, Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 50.000,00 zł (słownie: pięćdziesiąt tysięcy zł) za każdy taki przypadek”.

Odpowiedź:

Zamawiający nie wyraża zgody na zmianę zapisów.

Pytanie 22

§13 ust. 5 Umowy Ramowej

Czy Zamawiający wyraża zgodę na zmianę tego postanowienia i nadanie mu następującego brzmienia:

„Zamawiający może żądać od Wykonawcy zapłaty kary umownej w kwocie 25.000,00 zł (słownie: dwadzieścia pięć tysięcy zł) za każdy przypadek udokumentowanego:

- a) ujawnienia informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa Zamawiającego,
- b) naruszenia obowiązków dotyczących ochrony danych osobowych.”

Odpowiedź:

Zamawiający nie wyraża zgody na zmianę zapisów.

Pytanie 23

§13 ust. 6 Umowy Ramowej

Czy Zamawiający wyraża zgodę na zmianę tego postanowienia i nadania mu następującego brzmienia:

„Zamawiający jest uprawniony do żądania od Wykonawcy zapłaty kary umownej w wysokości 10% (dziesięć procent) łącznej kwoty netto wartości Umowy określonej w § 7 ust. 1 Umowy w przypadku rozwiązania Umowy przez Zamawiającego, w trybie wskazanym w § 12 ust. 4 lit. c - f Umowy. Naliczenie kar z tytułu rozwiązania umowy wyłącza naliczenie kar umownych z innych tytułów”.

Odpowiedź:

Zamawiający nie wyraża zgody na zmianę zapisów.



Pytanie 24

§17 ust. 3 Umowy Ramowej

Czy Zamawiający wyraża zgodę na zmianę tego postanowienia poprzez dodanie następujących punktów po literze e):

„f) zmian stawek wynagrodzenia określonych w Cenniku w przypadku:

- zaangażowania na żądanie Zamawiającego wskazanych przez niego aktorów, lektorów, reżyserów lub innych osób, których wynagrodzenie nie jest ujęte w Ofercie”

Odpowiedź:

Zamawiający nie wyraża zgody na zmianę zapisów.

Pytanie 25

Załącznik nr 11 – KONCEPCJA KREATYWNA KAMPANII

Czy założony w niniejszym dokumencie okres prowadzenia kampanii (pkt. 3.c.i.) na 3 miesiące – jesień 2017 r. od września do listopada, jest przykładowym teoretycznym zadaniem konkursowym i nie będzie realizowany w praktyce, czy nastąpiła pomyłka w roku i kampania będzie realizowana w okresie od września do listopada, ale 2018 r.?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że jest to przykładowe teoretyczne zadanie konkursowe tylko na potrzeby oceny Wykonawcy w ramach kryterium nr 2 „Zadanie kreatywne”. Materiały przygotowane w ramach Koncepcji kreatywnej mogą zostać wykorzystane przez Zamawiającego w odniesieniu do Wykonawcy, który je sporządził, jeżeli z tym Wykonawcą zostanie zawarta umowa ramowa.

Pytanie 26

Załącznik nr 11 – KONCEPCJA KREATYWNA KAMPANII

Czy do wskazanych elementów kampanii (pkt. 3.d.i-iii): promocja produktów ENERGIA+ Pewna cena oraz ENERGIA+ Stała cena, promocja Strefy Zakupów Enei, promocja e-faktury i elektronicznego Biura Obsługi Klienta – można dodać dodatkowe założenia np. promocja sprzedaży, loteria lub inne konkretne produkty dla Klienta (np. możliwość skorzystania z Pakietu Asystent)?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że nie dopuszcza dodawania elementów ponad te zawarte w Załączniku nr 11 do SIWUR „Zadanie kreatywne”.

Pytanie 27

Załącznik nr 11 – KONCEPCJA KREATYWNA KAMPANII

Ile koncepcji kreatywnych (KV/linii) powinna zawierać przedstawiona kampania?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że oferta powinna zawierać jedną koncepcję kreatywną.

Pytanie 28

Załącznik nr 11 – KONCEPCJA KREATYWNA KAMPANII

W jakiej formie pokazać oba promowane produkty ENERGIA+ Pewna cena oraz ENERGIA+ Stała cena – wystarczą dwie odsłony KV w wersji dla Klienta Indywidualnego oraz Klienta SOHO?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że oferta powinna zawierać jeden KV kampanii uwzględniający oba segmenty oraz produkty.

Pytanie 29

Załącznik nr 11 – KONCEPCJA KREATYWNA KAMPANII

Czy wymagane są wszystkie elementy kampanii (pkt. 1.a-g) dla ENERGIA+ Pewna cena oraz ENERGIA+ Stała cena? Z uwagi na narzucone ograniczenia i wymóg maksymalnie 50 slajdów prezentacji zawierających koncepcję

kreatywną sugerujemy przedstawienie elementów kampanii (pkt. 1.a-g) dla jednego produktu ENERGIA+ Pewna cena oraz dodatkowego KV (tylko pkt. 1.c.b) dla produktu ENERGIA+ Stała cena.

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że koncepcja ma dotyczyć kampanii wspierającej sprzedaż produktów Zamawiającego, czyli zarówno produktów ENERGIA+ Pewna cena jak i ENERGIA+ Stała cena. Oba te produkty mają być elementem jednej koncepcji.

Pytanie 30

Załącznik nr 11 – KONCEPCJA KREATYWNA KAMPANII

Czy kampania produktu ENERGIA+ Stała cena dla Klientów SOHO ma zawierać również scenariusz spotu telewizyjnego wraz ze storyboardem oraz scenariusze spotu radiowego (pkt. 1.e-f)? W związku z wyżej wymienionymi ograniczeniami (50 slajdów) sugerujemy odstępnie od tego wariantu.

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że koncepcja ma dotyczyć kampanii wspierającej sprzedaż produktów Zamawiającego, czyli zarówno produktów ENERGIA+ Pewna cena jak i ENERGIA+ Stała cena. Oba te produkty mają być elementem jednej koncepcji.

Pytanie 31

Załącznik nr 11 – KONCEPCJA KREATYWNA KAMPANII

Czy można na potrzeby prezentacji przygotować animatiki? W jakiej formie mogą być one przedstawione? Dodatkowy plik z wideo (spot telewizyjny) lub audio (spot radiowy)?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że na potrzeby oceny zadania kreatywnego Wykonawca powinien przedstawić wyłącznie elementy wykazane w punkcie 1 Załącznika nr 11 do SIWUR.

Pytanie 32

Załącznik nr 11 – KONCEPCJA KREATYWNA KAMPANII

Czy prezentacja w wersji elektronicznej może zawierać linki do multimedialnych?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że prezentacja w wersji elektronicznej ma zawierać te same materiały, co prezentacja w wersji drukowanej. Wykonawca powinien przedstawić wyłącznie elementy wykazane w punkcie 1 Załącznika nr 11 do SIWUR.

Pytanie 33

Czy w przypadku zaświadczeń o niezaleganiu z opłatami z Urzędu Skarbowego i ZUS-u, o których mowa w SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW UMOWY RAMOWEJ w rozdziale I pkt. 6.5.b) i 6.5.c), wystarczą odpisy zaświadczeń potwierdzone notarialnie z oryginałem wydanym w wymaganym terminie, czy muszą być jednak oryginały dokumentów?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że wymaga oryginałów wskazanych w pytaniu dokumentów lub ich odpisów (kopii) potwierdzonych przez Wykonawcę za zgodność z oryginałem.

Pytanie 34

W SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW UMOWY RAMOWEJ w pkt. 6.5.d) – tutaj nie rozumiemy jaki dokument trzeba przedstawić – czy chodzi o KRS?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że chodzi o odpis aktualny lub pełny z KRS, natomiast w przypadku osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą i wspólników spółki cywilnej – wydruk z CEIDG.

Pytanie 35

Dot. : Część IV: Kryteria kwalifikacji

Część A KOMPETENCJE - pkt. 1 i pkt. 2 – Jeśli nie dotyczy - czy zostawić wolne miejsce?

Odpowiedź:

Jeżeli pytanie dotyczy JEDZ, to Zamawiający informuje, że zgodnie z pkt. 6.1 SIWUR wystarczające będzie wypełnienie sekcji a (alfa) w części IV JEDZ - ogólne oświadczenie dotyczące wszystkich kryteriów klasyfikacji. Instrukcja wypełniania Jednolitego Europejskiego Dokumentu Zamówienia JEDZ znajduje się na stronie internetowej Urzędu Zamówień Publicznych: <https://www.uzp.gov.pl/baza-wiedzy/jednolity-europejskidokument-zamowienia>

Pytanie 36

Część C: ZDOLNOŚĆ TECHNICZNA I ZAWODOWA - pkt. 1a,1,b,2,3,4,5,9 - Jeśli nie dotyczy - czy zostawić wolne miejsce?

Odpowiedź:

Jeżeli pytanie dotyczy JEDZ, to Zamawiający informuje, że zgodnie z pkt. 6.1 SIWUR wystarczające będzie wypełnienie sekcji a (alfa) w części IV JEDZ - ogólne oświadczenie dotyczące wszystkich kryteriów klasyfikacji. Instrukcja wypełniania Jednolitego Europejskiego Dokumentu Zamówienia JEDZ znajduje się na stronie internetowej Urzędu Zamówień Publicznych: <https://www.uzp.gov.pl/baza-wiedzy/jednolity-europejskidokument-zamowienia>

Pytanie 37

Część C: ZDOLNOŚĆ TECHNICZNA I ZAWODOWA – pkt. 10 - zlecenie podwykonawcy % - nie możemy obecnie określić zakresu i ilości druków, stoisk, produkcji filmowej – Co w takiej sytuacji wpisać?

Odpowiedź:

Jeżeli pytanie dotyczy JEDZ, to Zamawiający informuje, że zgodnie z pkt. 6.1 SIWUR wystarczające będzie wypełnienie sekcji a (alfa) w części IV JEDZ - ogólne oświadczenie dotyczące wszystkich kryteriów klasyfikacji. Instrukcja wypełniania Jednolitego Europejskiego Dokumentu Zamówienia JEDZ znajduje się na stronie internetowej Urzędu Zamówień Publicznych: <https://www.uzp.gov.pl/baza-wiedzy/jednolity-europejskidokument-zamowienia>

Pytanie 38

Część C: ZDOLNOŚĆ TECHNICZNA I ZAWODOWA – pkt. 11- O jakie świadectwa autentyczności chodzi ?

Odpowiedź:

Jeżeli pytanie dotyczy JEDZ, to Zamawiający informuje, że zgodnie z pkt. 6.1 SIWUR wystarczające będzie wypełnienie sekcji a (alfa) w części IV JEDZ - ogólne oświadczenie dotyczące wszystkich kryteriów klasyfikacji. Instrukcja wypełniania Jednolitego Europejskiego Dokumentu Zamówienia JEDZ znajduje się na stronie internetowej Urzędu Zamówień Publicznych: <https://www.uzp.gov.pl/baza-wiedzy/jednolity-europejskidokument-zamowienia>

Pytanie 39

Dot. Część V: Ograniczanie liczby kwalifikujących się kandydatów

O jakie dokumenty chodzi ? Czy dotyczy to niniejszego postępowania?

Odpowiedź:

Jeżeli pytanie dotyczy JEDZ, to Zamawiający informuje, że zgodnie z pkt. 6.1 SIWUR wystarczające będzie wypełnienie sekcji a (alfa) w części IV JEDZ - ogólne oświadczenie dotyczące wszystkich kryteriów klasyfikacji. Instrukcja wypełniania Jednolitego Europejskiego Dokumentu Zamówienia JEDZ znajduje się na stronie internetowej Urzędu Zamówień Publicznych: <https://www.uzp.gov.pl/baza-wiedzy/jednolity-europejskidokument-zamowienia>

Pytanie 40

Dot. SIWUR zał. 1A – Formularz cenowy

Jak zliczyć pozycje np. 160 i 161 ? Mamy tam stawkę za km, nie wiadomo ile będzie km, a mają być podliczone te pozycje razem z wyceną innych punktów?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że należy podać stawkę za 1 km.

Pytanie 41

Dot. SIWUR zał. 7_ wzór umowy ramowej

Czy zapisy umowy można negocjować? Jeśli tak, w którym momencie można rozmawiać o poszczególnych zapisach umowy? Chodzi szczególnie o doprecyzowanie warunków kar umownych.

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że Wykonawcy mieli możliwość zgłaszania pytań do SIWUR, w tym do umowy. Termin na zadawanie pytań, na które Zamawiający zobowiązany był udzielić odpowiedzi, upłynął 24.08.2017 r.

Pytanie 42

Jeżeli nie wiadomo ile będzie np. km, zdjęć, ulotek itp., ile będzie witryn i wszelkich zmiennych decyzji klienta – W jaki sposób wyliczyć budżet całościowy?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że należy podsumować wszystkie jednostkowe pozycje wykazane w Załączniku 1a „Formularz cenowy”. Kwotę z wiersza C „RAZEM Cena brutto (A+B)” należy przenieść do Załącznika nr 1 „Formularz oferty”.

Pytanie 43

Czy terminy dotyczące kampanii (3 miesiące od września 2017) są to terminy, których się trzymamy? Czy kampania ma być planowana na możliwość realizacji spotu TV i innych nośników na wrzesień, czy możemy zaproponować inny czas wprowadzania danego nośnika (ze względu na cykl produkcyjny danego materiału)?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że jest to przykładowe teoretyczne zadanie konkursowe tylko na potrzeby oceny Wykonawcy w ramach kryterium nr 2 „Zadanie kreatywne”. Materiały przygotowane w ramach Koncepcji kreatywnej mogą zostać wykorzystane przez Zamawiającego w odniesieniu do Wykonawcy, który je sporządził, jeżeli z tym Wykonawcą zostanie zawarta umowa ramowa.

Pytanie 44

Prosimy o podanie proporcji budżetu mediowego jaki przeznaczony jest na kampanię w obszarze rynku macierzystego a jaki procent budżetu będzie przeznaczony na komunikację poza tym rynkiem (kampania ogólnopolska) – chodzi o doprecyzowanie jak silny nacisk w ramach kampanii ma być poświęcony na działania Ogólnopolskie (prosimy o określenie proporcji na przykład 80% rynek macierzysty – 20% rynek ogólnopolski)?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że koncepcja kreatywna kampanii, którą ma przygotować Wykonawca, nie musi obejmować media planów związanych z komunikacją kampanii. Wszystkie dane niezbędne do przygotowania koncepcji kreatywnej kampanii zawarte są w Załączniku nr 11 do SIWUR „Zadanie kreatywne”.

Pytanie 45

Prosimy o doprecyzowanie opisu demograficznego grupy docelowej segmentu: GD – czy mamy myśleć o osobach w wieku 35-55, czy o starszych – jaka jest górna granica wieku grupy docelowej w tym segmencie (w briefie ta granica określona jest jako 55+, a więc niejednoznacznie)?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że grupa docelowa określona w zadaniu kreatywnym to: Klienci Indywidualni (segment GD) aktualni (posiadający umowę sprzedaży e.e. z Eneą) i potencjalni (posiadający umowę sprzedaży e.e. z innym sprzedawcą) czyli osoby fizyczne (konsumenci), w większości mieszkańcy miast, kupujący energię elektryczną (prąd) na potrzeby własnych gospodarstw domowych. Jest to najliczniejsza grupa odbiorców, szukająca korzystnych ofert, bezpieczeństwa, niskich cen oraz oszczędności. Są to osoby w wieku 35-55+, płacące rachunki za energię i decydujące o domowych wydatkach w tym obszarze. Oznacza to, że należy skupić się przede wszystkim na komunikacji do osób w wieku 35-55 lat, ale także zachować elementy przekazu, które pozwalają trafić do osób w wieku starszym, czyli powyżej 55 lat. Górna granica nie jest określona.

Pytanie 46

Czy agencja odpowiada za zakup mediów ATL/DIGITAL w ramach odpowiedzi na brief, czy za zakup mediów będzie odpowiedzialny dom mediowy Klienta?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że wszystkie dane niezbędne do przygotowania koncepcji kreatywnej kampanii zawarte są w Załączniku nr 11 do SIWUR „Zadanie kreatywne”. Za zakup mediów odpowiedzialny będzie dom mediowy Zamawiającego.

Pytanie 47

Jakim budżetem dysponuje agencja na koszty produkcji, kreacji i obsługi przygotowań i nadzoru nad kampanią – prosimy o podanie skali budżetu, do którego agencja ma osadzić realne działania, które są realizowalne w danym budżecie.

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że wszystkie dane niezbędne do przygotowania koncepcji kreatywnej kampanii zawarte są w Załączniku nr 11 do SIWUR „Zadanie kreatywne”. Wskazanie przez Zamawiającego poziomu budżetu przeznaczonego na koszty produkcji, kreacji i obsługi przygotowań i nadzoru nad kampanią nie jest konieczne.

Z poważaniem

ENEA S.A.
Departament Sprzedaży
Pion Wsparcia Sprzedaży
Dyrektor
Piotr Kłoda

Otrzymują:
adresat, a/a