

Czeladź, dnia 08.10.2009 r.

ZP/45/U/B-PM/09  
B-PM.341-272/09

**w/g rozdzielnika**

Dotyczy: wyjaśnień treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia w postępowaniu na Kampanię promocji inwestycyjnej miasta Czeladź w ramach projektu „Gospodarcza Brama Śląska – inwestuj w Czeladzi. Kampania promocji inwestycyjnej miasta Czeladź”

Działając na podstawie art. 38 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tj. Dz.U.z 2007 r. Nr 223, poz. 1655 z późn. zm.) zwanej dalej Ustawą, Zamawiający – Gmina Czeladź reprezentowana przez Burmistrza, przekazuje odpowiedzi na pytania do Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, jakie wpłynęły w postępowaniu j.w.

1. Dlaczego tak krótki jest termin przygotowania oferty. Dwa tygodnie na przygotowanie kampanii to niewiele.

**Odpowiedź:**

Zgodnie z art. 43 ust. 1 Ustawy oraz w związku z art.6 ust. 4 Ustawy termin ten nie może być krótszy niż 7 dni. Zdaniem Zamawiającego wyznaczony termin jest wystarczający dla przygotowania oferty.

2. Co oznacza sformułowanie:

„dysponują co najmniej 1 osobą posiadającą potwierdzenie przygotowania zawodowego do pełnienia samodzielnych funkcji kierowniczych w budownictwie w specjalności konstrukcyjno-budowlanej – kierownik budowy”.

Czy wykonawca powinien zatrudniać taką osobę? Czy może to być osoba zatrudniona u podwykonawcy billboardu?

Do oferty należy dołączyć dokumenty potwierdzające posiadanie wymaganych uprawnień przez osoby przewidziane do wykonania billboardów oraz potwierdzające ich przynależność do Izby Samorządu Zawodowego. Do jakiej Izby Samorządu powinien należeć Wykonawca? Skąd to wymaganie? Nie ma w Polsce obowiązku przynależności do Izby Samorządu.

Czy może być to np. Opolska Izba Gospodarcza. Naszym zdaniem nie ma to bezpośredniego znaczenia dla jakości i ceny wykonania zadania?

**Odpowiedź:**

Wg Słownika wyrazów obcych Władysława Kopalińskiego : „dysponować - rozporządzać czym według uznania; wydawać polecenie”.

W komentarzu do Ustawy Marcin Sypniewski pisze:

„Dysponowanie.

Nie jest uregulowane wprost przepisami kc. Należy je jednak zdefiniować jako realną możliwość skorzystania z rzeczy. W związku z tym określenie to dotyczy zupełnie innej sytuacji niż posiadanie. Posiadanie zawiera bowiem zawsze w swojej treści dysponowanie rzeczą, natomiast nie w każdej sytuacji dysponowanie musi być tożsame z posiadaniem.

Przykład:

Firma budowlana wykonując zamówienie korzysta z podwykonawców wykorzystujących koparki. W związku z tym firma dysponuje koparkami, aczkolwiek sama ich nie posiada. Dysponowanie jest pojęciem szerszym od posiadania, w szczególności zaś dysponujący rzeczą nie musi nią władać, lecz tylko mieć realną możliwość skorzystania z niej”.

W związku z powyższym; Wykonawca nie musi zatrudniać takiej osoby. Może to być osoba zatrudniona u podwykonawcy billboardu.

Osoby przewidziane do kierowania robotami przy budowie tablic reklamowych winny posiadać uprawnienia do pełnienia samodzielnych funkcji kierowniczych w budownictwie. Zgodnie z art. 12 ust. 7 ustawy z dnia 7 lipca 1994 r prawo budowlane (t.j. Dz.U. z 2006 r., nr 156, poz. 1118 z późn. zm.) „Podstawę do wykonywania samodzielnych funkcji technicznych w budownictwie stanowi wpis, w drodze decyzji, do centralnego rejestru, o którym mowa w art. 88a ust. 1 pkt 3 lit. a, oraz – zgodnie z odrębnymi przepisami – wpis na listę członków właściwej izby samorządu zawodowego, potwierdzony zaświadczeniem wydanym przez tę izbę, z określonym w nim terminem ważności”.

W związku z powyższym to nie Wykonawca, lecz osoby przewidziane do kierowania budową, winny przynależeć do właściwej izby samorządu zawodowego i nie może to być „np. Opolska Izba Gospodarcza”. Właściwą w tym przypadku jest Polska Izba Inżynierów Budownictwa działająca poprzez 16 Okręgowych Izb Inżynierów Budownictwa.

3. Czy w ramach oferty kampanii wykonawca powinien przygotować projekty plansz?

**Odpowiedź:**

Tak. Zgodnie z SIWZ Wykonawca jest zobowiązany do wykonania projektu i plansz graficznych wg wzoru uzgodnionego z Zamawiającym.

4. Czy wykonawca jest zobowiązany do opracowania artykułów promocyjnych czy jedynie ich zamieszczenia powierzonych / zakupu powierzchni /.

**Odpowiedź:**

Zgodnie z SIWZ Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania i przeprowadzenia kampanii medialnej w tym artykułów prasowych w czasopiśmie biznesowych (branżowych), dodatkach gospodarczych gazet ogólnopolskich i regionalnych, ale także w ogólnopolskiej gazecie opinii.

5. Czy wykonawca będzie zobowiązany do dokonywania uzgodnień dotyczących umieszczenia billboardów.

**Odpowiedź:**

Zamawiający posiada niezbędne uzgodnienia oraz pozwolenia na budowę. Podłączenie do sieci oświetlenia ulicznego, po uzgodnieniu z MZGK wg warunków technicznych oraz projektu budowlanego przekazanego przez Zamawiającego.

6. 67 stron specyfikacji istotnych warunków zamówienia zajmuje opis tablicy reklamowej. Jak ważne jest wykonanie jej zgodnie z zamieszczonym projektem. Czy ważna jest jego funkcja oraz wymiar czy zachowanie wymaganej funkcjonalności, bezpieczeństwa oraz wymiaru tablicy.

**Odpowiedź:**

Tablice reklamowe należy wykonać zgodnie z projektem, sztuką budowlaną i obowiązującymi w tym zakresie przepisami. Ustawienie tablic objęte jest pozwoleniem na budowę.

7. Czy jest zgoda właściciela gruntu na lokalizację zaproponowanych tablic. Czy były prowadzone jakieś uzgodnienia.

**Odpowiedź:**

Tak. Zamawiający posiada wszelkie niezbędne uzgodnienia.

8. Proszę o przesłanie protokołu z postępowania zawierającą wartość zamówienia.

**Odpowiedź:**

W załączeniu protokół z postępowania – część ogólna. Pozycja dotycząca wartości zamówienia na tym etapie postępowania pozostaje niewypełniona, zgodnie bowiem z Załącznikiem nr 2 do Rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 16 października 2008 r. w sprawie protokołu z postępowania o udzielenie zamówienia publicznego (Dz.U. z 2008 r. nr 188, poz. 1154) można ją wypełnić dopiero po otwarciu ofert.

9. W paragrafie 8 projektu umowy Wykonawca zobowiązuje się do przeniesienia autorskich praw majątkowych i niemajątkowych. Nie jest to możliwe gdyż autorskie prawa niemajątkowe są niezbywalne gdyż art. 16 ustawy o prawie autorskim stanowi:

**Art. 16.** Jeżeli ustawa nie stanowi inaczej, autorskie prawa osobiste chronią nieograniczoną w czasie i nie podlegającą zrzeczeniu się lub zbyciu więź twórcy z utworem, a w szczególności prawo do:

- 1) autorstwa utworu,
- 2) oznaczenia utworu swoim nazwiskiem lub pseudonimem albo do udostępniania go anonimowo,
- 3) nienaruszalności treści i formy utworu oraz jego rzetelnego wykorzystania,
- 4) decydowania o pierwszym udostępnieniu utworu publiczności,
- 5) nadzoru nad sposobem korzystania z utworu.

**Odpowiedź:**

Zamawiający, uznając rację Wykonawcy, w zał. nr 6 do SIWZ – wzór umowy w § 8 ust. 1. Wykreśla słowa „i niemajątkowe”.

10. W zawartym w SIWZ harmonogramie rzeczowo - finansowym w tabeli w punkcie 5 "internet (kampania banerowa)" określony został termin pierwszego cyklu kampanii internetowej, czy termin pozostałych trzech cykli zostanie określony po rostrzygnięciu przetargu, czy wykonawca w ofercie przetargowej powinien wyznaczyć samodzielnie ww. terminy ?

**Odpowiedź:**

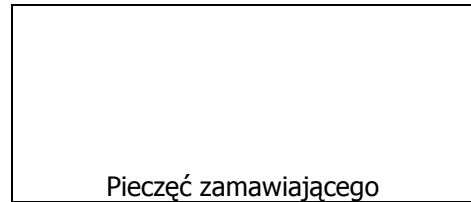
Jest to przeoczenie Zamawiającego. Zał. nr 2 do Umowy stanowiącej zał. nr 6 do SIWZ otrzymuje brzmienie jak w załączniku do niniejszego pisma

**Uwaga:** wprowadzone zmiany w SIWZ nie powodują konieczności zmiany terminu składania ofert.

Załączniki:

1. ZP-2 – część ogólna
2. Zał. nr 2 do umowy (harmonogram rzeczowo – finansowy) - zmieniony

ZASTĘPCA BURMISTRZA  
mgr Anna Ślagórska



**Protokół postępowania o udzielenie zamówienia o wartości zamówienia mniejszej niż kwoty określone w przepisach wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych**

**Część ogólna**

<b>1.</b>	<p><b>Zamawiający</b></p> <p>Pełna nazwa (firma) zamawiającego: Gmina Czeladź, reprezentowana przez Burmistrza</p> <p>Adres: ul. Katowicka 45 41 250 CZELADŹ</p> <table style="width: 100%;"> <tr> <td>REGON: 000515721</td> <td>NIP: 625-10-03-163</td> </tr> <tr> <td>telefon: (032) 76 37 901, 76 37 914</td> <td>faks: (032) 7633694</td> </tr> <tr> <td>e-mail: <a href="mailto:promocja@um.czeladz.pl">promocja@um.czeladz.pl</a></td> <td></td> </tr> </table>	REGON: 000515721	NIP: 625-10-03-163	telefon: (032) 76 37 901, 76 37 914	faks: (032) 7633694	e-mail: <a href="mailto:promocja@um.czeladz.pl">promocja@um.czeladz.pl</a>	
REGON: 000515721	NIP: 625-10-03-163						
telefon: (032) 76 37 901, 76 37 914	faks: (032) 7633694						
e-mail: <a href="mailto:promocja@um.czeladz.pl">promocja@um.czeladz.pl</a>							
<b>2.</b>	<p><b>Przedmiot zamówienia.</b> Przedmiotem zamówienia jest kampania promocji inwestycyjnej miasta Czeladź w ramach projektu „Gospodarcza Brama Śląska – inwestuj w Czeladzi. Kampania promocji inwestycyjnej miasta Czeladź”</p> <p><b>Opis przedmiotu zamówienia:</b> CPV: 79340000-9 Usługi reklamowe i marketingowe, 79341400-0 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych, 79342200-5 Usługi w zakresie promocji, 92111210-7 Produkcja filmów reklamowych, 79824000-6 Usługi drukowania i dystrybucji. 45000000-7 – Roboty budowlane. 5223000-6 – Roboty budowlane w zakresie konstrukcji. 45315300-1 - Instalacje zasilania elektrycznego.</p> <p>I. Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii medialnej (artykuły prasowe w czasopismach biznesowych, Internet (kampania bannerowa) – portal ogólnopolski, reklama zewnętrzna / outdoor (tablice reklamowe)</p> <p>II. Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii lotniskowej</p> <p>III. Wydawnictwa promocyjne – katalog ofert inwestycyjnych</p> <p>IV. Przygotowanie multimedialnych</p> <p>V. Promocja projektu.</p> <p>Wartość zamówienia/umowy ramowej/dynamicznego systemu zakupów* ustalona została na kwotę ..... zł, co stanowi równowartość ..... euro <i>(można wypełnić po otwarciu ofert).</i></p> <p>Ustalenia wartości zamówienia dokonano w dniu 2009-09-22 na podstawie ofert i cenników artykułów reklamowych przy użyciu opisywanych przez Zamawiającego mediów, tj. gazet, portali internetowych, oferty MPL Pyrzowice, cen przygotowania wydawnictw reklamowych i multimedialnych.</p> <p>Osoba/osoby* dokonująca ustalenia wartości zamówienia: Rafał KOST</p>						

.....  
(podpis osoby sporządzającej protokół)

.....  
(podpis kierownika zamawiającego lub osoby upoważnionej)

\* - niepotrzebne skreślić

<b>3.</b>	<b>Tryb postępowania</b>  1. Postępowanie prowadzono w trybie: przetargu nieograniczonego na podstawie art. 39 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych.  Powody zastosowania trybu innego niż przetarg nieograniczony lub przetarg ograniczony (uzasadnienie faktyczne i prawne):           nie dotyczy ..... ..... ..... ..... ..... ..... .....  2. Postępowanie prowadzone w celu zawarcia umowy ramowej/ustanowienia dynamicznego systemu zakupów* z odpowiednim stosowaniem przepisów dotyczących udzielania zamówienia w trybie:   nie dotyczy .....
-----------	---

\* - niepotrzebne skreślić

.....  
(podpis osoby sporządzającej protokół)

.....  
(podpis kierownika zamawiającego lub osoby upoważnionej)



**PROGRAM  
REGIONALNY**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI FUNDUSZ  
ROZWOJU REGIONALNEGO



## HARMONOGRAM RZECZOWO – FINANSOWY zmieniony

Zał. nr 2 do umowy nr B-RM/...../09

			2009		2010										2011	
0	1	Tytuły gazet i portalu 2	3	30.11 4	XII 5	I 6	II 7	III 8	IV 9	V 10	VI 11	VII 12	VIII 13	IX 14	X 15	IV
	Kampania prasowa, w tym															
1	Gazeta 1 – ogólnopolski dziennik		3 emisje	x			x									x
2	Gazeta 2 – miesięcznik branżowy		3 emisje	x				x						x		
3	Gazeta 3 – dodatek regionalny dziennika ogólnopolskiego		4 emisje	x	x					x						x
4	Gazeta 4 – ogólnopolski tygodnik opinii		1 emisja								x					
5	Internet (kampania banerowa)		4 cykle po 2 tyg.	x	x					x						x
6	Outdoor – wykonanie tablic, plakatów oraz umieszczenie ich na tablicach		2 nośniki	x												
7	Outdoor – wymiana plakatów		na 2 nośnikach													x
8	Kampania lotniskowa – kaseton		18 miesięcy (do IV 2011)	x												
9	Kampania lotniskowa – czasopismo		3 emisje		x				x							x
10	Wydawnictwa promocyjne - katalog ofert inwestycyjnych		2 edycje, razem nakład 3.000 szt.	x					x							
11	Przygotowanie multimedialnych		1 kpl.	x												
12	Promocja projektu – artykuły prasowe		2 emisje	x							x					
13	Promocja projektu – ulotki		1000 szt									x				

Uwaga – fakturowanie w grudniu 2009 r. najpóźniej do 20.12.2009 r.