

ВСЕУКРАЇНСКАЯ КАМПАНИЯ ПО ПРОДВИЖЕНІЮ СВЕТОДИОДНЫХ ЛАМП В ТОРГОВОЙ СЕТИ

Вопросы и ответы по результату предварительной встречи, проведенной с участниками тендера 11 января 2016 года в офисе ПРООН

#	Вопрос	Ответ
1	Где будут проходить тренинги промоутеров?	В Эпицентрах.
2	Кто должен обучать промоутеров?	Это обязанность выигравшей компании нанять персонал для обучения.
3	Сколько тренингов необходимо провести в одном супермаркете?	Один.
4	Были ли какие-либо предварительные переговоры с Эпицентром по поводу работы промоутеров?	Да, были проведены предварительные переговоры и весной 2015 проведена пилотная акция в 5 Эпицентрах. Совместно с Эпицентром победителю тендера необходимо будет разработать Положения о проведении данной акции.
5	Есть ли какие-либо предпочтение по полу промоутеров?	Нет. Главное, чтобы промоутеры были компетентны.
6	Должен ли быть сделан акцент на каком-то конкретном производителе или торговой марке?	Нет.
7	Скидки должны предоставляется только за сданные компактные люминесцентные лампы (КЛЛ)?	Да, так как КЛЛ являются потенциально опасными и должны быть утилизированы.
8	Были ли какие-либо переговоры относительно размещения видеопродукции в Эпицентрах?	Да. Предварительные переговоры были проведены, но дисплеи принадлежат третьей стороне и выигравшая компания должна будет заключить с ней контракт
9	Какие условия по доставке информационных киосков (стендов)?	Доставка киосков будет проведена в рамках другой тендерной процедуры.
10	Что делать с остатками промо-материалов?	Они должны быть переданы в ПРООН.
11	Являются ли листовки для раздачи в Эпицентрах и для домов одинаковыми?	Да.
12	Можно ли менять ткань для одежды промоутеров?	Нет.
13	Является ли пост-акционное размещение информации в журналах и газетах социальным или коммерческим?	Это социальное размещение, которое должно быть в виде статей.
14	Будут ли постеры в лифтах предоставлены другой компанией?	Постеры производит и размещает компания-заявитель, которая выигрывает данный тендер.
15	Могут ли дизайн купона и других промо-материалов отличаться от заявленных в ТЗ?	Да.
16	Допускается ли замена локации уличных бордов на отличные от ТЗ?	Это допускается, но новые локации будут учтены во время оценки тендера.
17	Кто оплачивает скидку на лампы?	На предварительных переговорах было согласовано, что производители ламп покроют скидку.

18	По каким критериям будет проверяться эффективность этой компании?	Эффективность компании будет проверена специальным исследованием, которое не является частью задач компании.
19	Сколько контактов в час должны осуществлять промоутеры?	Чем больше – тем лучше.
20	Есть ли какие-то требования или шаблоны относительно отчетности?	Механизм отчетности будет согласован с выигравшей компанией. Обычно отчеты базируются на выполненных работах.
21	Когда начнется информационная кампания?	Так как кампания связана с другими тендерами, точная дата не известна. Ориентировочно – в марте 2016 г.
22	Что такое «альтернативные предложения» (п.6, С.20 Перечня данных)?	В данном конкретном тендере только места размещения уличных бордов могут быть изменены на альтернативные, все остальные требования ТЗ должны строго соблюдаться.
23	Должна ли компания показывать курс, по которому было составлено финансовое предложение?	Нет необходимости. Однако, ПРООН использует курс, который может быть найден на https://treasury.un.org/operationalrates/default.php .
24	Должна ли заявка быть защищена паролем?	Нет.
25	Должны ли субподрядчики также соответствовать требованиям к компании, записанным в ТЗ?	Нет, это не обязательно, если компания сама соответствует требованиям.
26	Может ли компания учитывать опыт субподрядчика, если сама его не имеет?	Нет в таком случае требуется создать СП или консорциум.
27	За какие периоды компания должна предоставить финансовую отчетность?	За 2 года, начиная с 2013 г., т.е. либо 2013-2014 гг., либо 2014-2015 гг.
28	Каким образом будет происходить оплата? В какой валюте?	Если заявитель подаёт ценовое предложение в гривне, оплата осуществляется в гривне. Если заявитель-резидент подаёт ценовое предложение в долларах США, оплата осуществляется в гривне по курсу ПРООН на момент оплаты. Курсы ПРООН можно найти по ссылке https://treasury.un.org/operationalrates/default.php .
29	Должна ли компания указывать отдельно НДС и свою комиссию?	Все затраты должны быть включены в финансовое предложение.
30	Является ли ПРООН плательщиком НДС? Оплачиваются ли счета подрядчику с суммой НДС?	Нет. ПРООН не является плательщиком НДС. Если Заявитель – плательщик НДС, то финансовое предложение должно включать НДС. Если победитель тендера будет плательщиком НДС, будут оплачены с НДС, после чего ПРООН возместит НДС.
31	Должна ли компания предоставить только одно резюме для лидера команды?	Да.
32	Отдаётся ли предпочтение работе с сетевым агентствам или холдингам? Имеют ли локальные	Предпочтений нету.

	агентства, которые соответствуют требованиям, реальную возможность победы в тендере?	Заявка участника тендера должна соответствовать требованиям, указанным в тендерном документе.
33	Просьба разъяснить следующий пункт <u>Письма с приглашением</u> : « <i>Ваше предложение, содержащее техническое описание заявки и прайс-лист в отдельных архивных файлах, а также образцы требуемой продукции, должно быть подано в соответствии с Разделом 2</i> ». Если предложение подается электронной почтой, то каким образом подаются образцы требуемой продукции? Или подается только оценка бюджета? А образцы подаются уже после выбора Вами поставщика по этой кампании?	Предложение должно включать в себя заполненные формы 4-7 тендерного документа, а также необходимые документы (см. разделы 26-27 Перечня данных). При необходимости образцы могут быть дополнительно запрошены у участников тендера.
34	Просьба разъяснить следующий пункт <u>Раздела 2: Инструкция для участников тендера</u> : « <i>Любая поданная заявка на участие в тендере считается предложением участника и не обязывает или подразумевает, что ПРООН примет какую-либо из них. По итогам данного ПУТ ПРООН не обязана заключать контракт с кем-либо из участников</i> ».	Это означает, что ПРООН вправе не заключить контракт с кем-либо из участников тендера.
35	Подробно описан механизм подачи в печатном виде, а именно: « <i>ПРООН вскроет конверты с тендерными заявками в присутствии членов специального комитета, сформированного ПРООН в составе минимум двух (2) членов. В том случае, если допускается представление тендерных заявок в электронном виде, вскрытие электронных предложений будет производиться в соответствии с процедурой, указанной в перечне данных (№23 ПД)</i> ». Однако, не описан механизм подачи по электронной почте. Как лучше подать тендерное предложение?	Способ подачи заявки - по электронной почте, на tenders.ua@undp.org . Условия подачи заявки в электронном виде описан в пунктах 20-23 Перечня данных.
36	Вопрос по доставке интерактивных стендов: доставку, монтаж по месту, тестирование, гарантийное обслуживание интерактивных стендов осуществляет производитель интерактивных стендов? Т.е. в бюджете не нужно учитывать стоимость этих работ?	Доставку, монтаж и сервисное обеспечение будет осуществлять производитель интерактивных стендов/киосков. В бюджете не нужно учитывать стоимость этих работ. Тендерный документ обновлён соответствующим образом.
37	Вопрос по промоформе: Подкладка: в русском переводе написано пух, но вероятно имеется ввиду флис (утеплитель)?	Утеплитель-холофайбер-200. Подкладка – флис.
38	Вопрос по брендированию промоформы: Термоперенос (прикатка пленки или бумаги) указан для брендинга? Нужно ли предложить более дешевый или более качественный вариант нанесения - шелкотрафарет (краска)?	Способ брендирования – шелкотрафарет.

39	После проведения акции реквизит (промоформа, стендеры) возвращается на склад ПРООН? Остатки полиграфии утилизируются на месте? Находится ли склад в Киеве или в пригороде?	Промоформа и стендеры возвращаются ПРООН. Вся полиграфия должна быть распространена посетителям гипермаркетов "Эпицентр".
40	«Эпицентр», как главный партнер социального проекта в рамках социального совместного Проекта с ПРООН, не берет авторизацию за размещение POS-материалов (стендеры, интерактивные стенды) и работу промоперсонала?	Нет, не берет. Это договоренность между ПРООН и "Эпицентром".
41	Вопрос касательно подачи Формы 6 (Форма технического описания заявки), в частности "РАЗДЕЛ 2 - МАСШТАБ ПОСТАВОК, ТЕХНИЧЕСКИЕ СПЕЦИФИКАЦИИ И СООТВЕТСТВУЮЩИЕ УСЛУГИ". Что должно быть указано в ячейках в таблице "Відповідність технічним умовам та строкам поставок (Так/Ні)"?	Данный столбец предназначен для того, чтобы участник тендера указал соответствует ли его техническое предложение техническим условиям. В каждой конкретной ячейке необходимо указать "Так" или "Ні".
42	Вопрос касательно «Таблиці 2 - Специфікація з проведення Всеукраїнської Кампанії з Просування Світлодіодних Ламп у Торгівельній Мережі», а именно: «Заявнику буде доставлено таку друковану продукцію: інформаційні буклети, листівки, купони, шелфтолкери, калькулятор - комп'ютерну програму». Куда будет доставлен реквизит? На склад в Киеве или на склад в регион? Или на склад перевозчика с самовывозом?	Реквизит будет доставлен Заявителю в одно конкретное место/склад, которое укажет Заявитель.
43	Вопрос касательно Раздела 3б: какие графы должны быть заполнены?	Данный раздел не заполняется. Необходимо заполнить формы 4-7.
44	Вопрос касательно Раздела 3б: "Перевозчик, предпочитаемый ПРООН, если таковой имеется" и тут же "Заявитель должен описать возможности Перевозчика в техническом предложении". Вы имеете перевозчика, который предпочтителен для ПРООН?	Перевозчика предлагает Заявитель, исходя и требований по доставке продукции и её особенностей.
45	Есть ли в договоре штрафные санкции?	См. пункт 13 Перечня данных
46	Что считать субподрядом? 1. На примере наружной рекламы: есть владельцы бордов, есть операторы наружной рекламы. Если агентство имеет возможность разместить борды как напрямую у владельцев, так и через операторов, то субподряда нет? 2. На примере медиа: если агентство не является владельцем газет и порталов, но само размещает на их площадях рекламу, то субподряда нет?	В перечисленных в вопросе вариантах субподряда нет.
47	Как необходимо подавать отчет? По электронной почте? Будет ли нужен отчет на бумажном носителе?	По электронной почте и в бумажном варианте.

48	Общая стоимость предложения не подается? Подаются суммы по каждому виду работ отдельно?	Необходимо посчитать стоимость по каждому этапу кампании, а также общую стоимость (сумму).
49	Необходимо ли заполнять Раздел 8?	Необходимо заполнить формы 4-7. Форма гарантий исполнения контракта может потребоваться от победителя тендера.
50	Необходимо ли заполнять Раздел 9?	Необходимо заполнить формы 4-7. Форма 9 - это образец контракта, который не подписывается на этапе подачи предложений.
51	Нужно ли подавать в предложении дизайн листовок, бордов и прочего? Или нужно подать только цены?	Нет, дизайн не нужно разрабатывать на момент подготовки предложения. Заявитель подает только цены и обязательные формы 4-7, а также все необходимые документы.
52	При подготовке тендерного предложения возник вопрос по адресной программе биг-бордов: ВСЕГО по адресной программе получается 279 шт. В спецификации указано 271 шт. Сколько бордов должно быть указано в прайс-листе тендерного предложения? Нужно ли уменьшить кол-во бордов в каком-либо городе? Или нужно исправить в спецификации кол-во?	В таблице 4 стр. 35 (адресная программа) дается перечень городов и улиц для размещения биг-бордов. Общее количество биг-бордов: 278 . Это количество нужно учитывать при подготовке ценового предложения. Тендерный документ обновлён соответствующим образом.
53	Кто должен произвести постеры для размещения в лифтах домов и борды как наружная реклама? Заявитель, который их же и размещает?	Постеры для размещения в лифтах домов и плакаты для бордов производит и размещает Заявитель. Заявителю будут предоставлены листовки - 506 000 шт. (для распространения через почтовые ящики и непосредственно в торговой сети), купоны, информационные буклеты и шелфтолкеры.
54	Каким образом должен быть оформлен персонал? Правильно ли понимать, что персонал должен быть оформлен по договору подряда или по трудовому договору в Агентстве? «Эпицентр» на ежемесячной основе формирует кол-во отработанных часов, на основании этих данных формируется ведомость и выплачивается заработная плата консультантам. Достаточно ли будет для подтверждения выплаты заработной платы персоналу подписанный акт выполненных работ с каждым консультантом и платежные документы банка?	Персонал должен быть оформлен согласно законодательству Украины (по договору подряда или трудовому договору – на усмотрение Заявителя). Заявитель должен быть готов по запросу предоставить отчётные документы о выплате заработной платы персоналу.
55	Можно ли оформлять зарплатный проект в банке партнере? Или у ПРООН есть требования или предпочтения по работе с определенным банком?	Предпочтений по работе с определенным банком нету.
56	В тендерной документации не указан контролирующий персонал (супервайзеры). Для	Да, необходимо посчитать 34 супервайзера с рекомендуемым Вами графиком работы. Эту статью расходов необходимо указывать отдельной статьей.

	качественного выполнения работ этот персонал является обязательным.	Тендерный документ обновлён соответствующим образом.
57	Необходимо ли предоставлять сертификаты качества на материалы, которые используются при производстве промоформы? Есть ли требования к стандартизации производимой продукции?	Предполагается, что промоформа будет закупаться, а не производиться. Достаточно наличия сертификата качества на материалы. Будьте готовы предоставить по запросу. Требований к стандартизации нет.
58	Какой период брать за основу для просчёта стоимости размещения бордов?	Март, 2016 г.
59	Правильно ли понимать, что в случае если указанный в тендерном задании борд на заданный период для просчёта будет занят, мы предлагаем альтернативный равнозначный по эффективности борд?	Да, верно. В случае если борд из списка в тендерном задании занят, Заявитель предлагает альтернативный вариант, равнозначный по эффективности.
60	Кто производит полотна для бордов? Если агентство - победитель, правильно ли понимать, что стоимость производства должна быть указана вместе со стоимостью размещения?	Полотна для бордов производит победитель тендера. Стоимость производства указывается вместе со стоимостью размещения.
61	Кто производит постеры для лифтов? Если агентство - победитель, правильно ли мы понимаем, что стоимость производства мы указываем вместе со стоимостью размещения?	Постеры производит победитель тендера. Стоимость производства указывается вместе со стоимостью размещения.
62	Просьба уточнить месяц размещения биг-бордов, так как плоскость может быть занята в одном месяце, но свободна в другом. Не по всем плоскостям есть медиапоказатели. Часто у региональных операторов лучше плоскости, но медиапоказатели они предоставить не могут. Выбирать только с показателями плоскости?	Стоимость размещения необходимо предоставлять из расчёта на март 2016. Если плоскость занята на март необходимо предоставить альтернативный вариант равнозначный по эффективности.
63	При подготовке тендерного предложения возник вопрос по адресной программе биг-бордов в Тернополе и Черновцах.	По Черновцам: ул. Гагарина – 1 борд ул. Героев Майдана – 2 борда ул. Главная – 1 борд пр. Независимости – 1 борд ул. Ромашковая – 1 борд ул. Хотинская – 1 борд Всего бордов: 7. По Тернополю так как указано в документе. Тендерный документ обновлён соответствующим образом.
64	Вопрос по распространению результатов кампании, в частности прописано:	Планируется во всех изданиях один формат статьи.

	<i>Національне покриття/розмір статті:</i> - Аргументи і Факти – 1/4 однієї сторінки; - Сьогодні – 1/4 однієї сторінки; - Кореспондент – 1/8 однієї сторінки; - По-українски - 1/4 однієї сторінки. Обращаем внимание, что у Кореспондент формат А4, а у остальных изданий формат А3. Если во всех изданиях планируется один размер статьи, то в Кореспондент размер 1/2 от формата А4, в остальных изданиях 1/4 формата А3. Или все же в Кореспондент размер статьи 1/8 формата А4, что соответственно в 2 раза меньше других изданий?	Просчитывайте, пожалуйста, по следующим параметрам: - Аргументы и Факты – 1/4 однієї сторінки; - Сьогодні – 1/4 однієї сторінки; - Кореспондент – 1/2 однієї сторінки; - По-українски - 1/4 однієї сторінки.
65	Как просчитывать количество размещений в лифтах? Например, в задании 4000 листовок, но в городе возможно разместить 2000. а) Готовить расчет, исходя из размещения 2000 кабин и количество листовок по почтовым ящикам остается неизменным? б) Готовить расчет, исходя из размещения 2000 кабин и остальные 2000 переносим на почтовые ящики? 2. Не во всех лифтах возможно размещение отдельного плаката А4. Часто реклама в лифтах - это единая настенная газета формата А3, в которой напечатан макет. Или необходимо размещение именно отдельного плаката А4?	В тендерном задании указано количество постеров, которые реально можно разместить в лифтах. Необходимо считать то количество, которое указано в тендерном задании. Необходимо считать стоимость размещения отдельного плаката.
66	Вопрос по размещению листовок в почтовых ящиках: Тиражи, указанные для доставки по почтовым ящикам слишком малы, нет ли ошибки? 2000 ящиков, это всего двадцать 12-и этажных домов.	Ошибки нет. Необходимо считать то количество, которое указано в тендерном задании.