

To according to the list

Rīga, 24 May 2017

No 6.1/2017-224

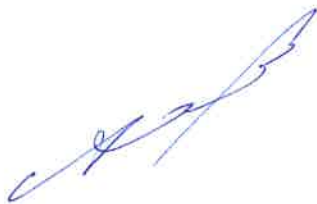
**Answers to the questions from the interested supplier  
in open competition "Marketing services for Rail Baltica project"  
(Id. No RBR 2017/12)**

RB Rail AS presents the following answers to the questions received until 24 May, 2017 from the interested supplier:

No	Question	Answer
1.	<p>Q: We have a question about Clause 7.4. - what to do if the exact amount of the budget is confidential, maybe it is possible to specify only whether the amount is smaller or larger than the specified 50 000 EUR?</p> <p>Q: Jautājums par Nolikuma 7.4. punktu – kā rīkoties, ja precīzu budžeta summu liedz norādīt konfidencialitātes saistības ar klientu, varbūt ir iespējams norādīt vienkārši, vai summa ir mazāka vai lielāka par konkrētajiem 50 000 EUR?</p>	<p>A: Yes, tenderer can indicate, whether the total amount of completed marketing services exceeds 50 000,00 EUR without VAT, without showing the exact amount.</p> <p>A: Jā, pretendents var norādīt, vai īstenoto mārketinga pakalpojumu summa ir lielāka par 50 000,00 EUR bez PVN, nenorādot precīzu summu.</p>
2.	<p>Q: What do total amount of marketing services include? Are there included only costs of the agency or the total costs of the project (with payment for suppliers - studies, media, etc.)?</p> <p>Q: Vai ar summu par sniegtajiem pakalpojumiem (marketing services) jāsaprot summa par aģentūras darbu vai kopējā projekta summa (ar samaksu piegādātājiem - studijām, medijiem utml.)?</p>	<p>Q: The total amount of marketing services includes only the costs of agency.</p> <p>Q: Summa par sniegtajiem mārketinga pakalpojumiem ietver samaksu par aģentūras darbu.</p>
3.	<p>Q: Is Appendix 6 required for the whole team regarding Clause 7.5 (1)?</p> <p>Q: Vai saskaņā ar 7.5.1 apakšpunktu 6.pielikums ir jāaizpilda arī par komandu kopā?</p>	<p>A: The form should be filled separately, submitted and signed for key experts.</p> <p>A: Formu aizpilda un paraksta ikviens no piedāvātājiem speciālistiem.</p>
4.	<p>Q: Appendix No. 1 – What do maintenance costs include?</p>	<p>A: Maintenance costs include – monitoring of new update availability and installation of the updates for operation system, web server, database including updates for WordPress platform.</p>

	<p>Q: Pielikums Nr.1 - kādi darbi paredzēti kā mājaslapas maintenance costs?</p>	<p>A: Uzturēšanas izmaksas ietver – atjauninājumu monitoringu un uzstādīšanu operētājsistēmai, web serverim, datubāzei, iekļaujot atjauninājumus WordPress platformā.</p>
5.	<p>Q: Appendix No. 1 – Does this envisage migration of the current content and new content insertion, for which development costs must be provided? For what specific purposes are 8 h/month allocated to the web designer and web developer?</p> <p>Q: Pielikums Nr.1 - vai šeit plānota šobrīd pieejamā satura pārvešana un jauna satura pievienošana, kam attiecīgi jāpiedāvā izstrādes izmaksas? Kādiem tieši darbiem plānoti minētā 8h/mēnesī web dizainerim un programmētājam?</p>	<p>A: The agency will not be required to work with content insertion, apart from migrating the existing website to a new server. The hours for the web designer and web developer are allocated for site design changes, new functionality/template development and other tasks.</p> <p>A: Aģentūrai nav jāveic satura pievienošana, vien esošā lapa jāmigrē uz jauno serveri. Darba stundas programmētājam un grafiķim paredzētas dizaina izmaiņu veikšanai, jaunu funkciju/veidņu attīstīšanai un citiem labojumiem.</p>
6.	<p>Q: Annex No.2 – What is the target audience of the infographic? What questions should be addressed with this infographic? What should be depicted - countries' comparison or progress in each state separately?</p> <p>Q: Pielikums Nr.2 - Kas ir plānotā infografika mērķauditorija? Uz kādiem jautājumiem varētu tikt atbildēts ar šo infografiku? Vai infografikā jāredz valstu salīdzinājums, vai katras valsts progress atsevišķi?</p>	<p>A: The target audience of infographic is general public in the Baltics and internationally. The aim of the infographic is to depict the development of the Rail Baltica Project in general and nationally in three Baltic countries. Since Rail Baltica is a cross-border project but its development in each country has different pace, it is important to demonstrate the project's progress in general and in each country separately, as it is indicated in the provided description of the creative task.</p> <p>A: Infografikas mērķauditorija ir vispārēja publika trīs Baltijas valstīs, kā arī starptautiskā publika. Infografikas mērķis ir parādīt globālo un nacionālo projekta Rail Baltica attīstību trīs valstīs. Tā kā Rail Baltica ir starpnacionāls projekts, bet katrā valstī tas attīstās savā tempā, svarīgi ir parādīt projekta progresu kopumā un katrā no tām, kā ta šis norādīts pievienotajā radošā darba aprakstā.</p>

Procurement commission  
chairman



Aigars Kivliņš