

Nota van inlichtingen 1 – Vormgeving – Curio

28-05-2025

Begin nota van inlichtingen:

Nr.	Pag.	Par.	Vraag	Antwoord
1.	12	5.5	Onder de weging van het gunningscriterium Kwaliteit staat dat er een maximale score van 50 punten behaald kan worden. De uitsplitsing naar de drie vragen leidt echter tot maximaal 70 punten. Welke cijfers kloppen?	Dat is inderdaad niet juist. Onze excuses daarvoor. Voor het onderdeel kwaliteit kunnen maximaal 50 punten behaald worden met de volgende onderverdeling: Vraag 1: maximaal 10 punten Vraag 2: maximaal 10 punten Vraag 3: maximaal 30 punten
2.	14	5.5	Onder het kopje Beoordeling totaalprijs staat dat de aangeboden prijzen marktconform en reëel dienen te zijn. Kunt u middels minimum uurtarieven per functie (bijvoorbeeld strategische, ontwerp-, uitvoerende en facilitaire werkzaamheden) aangeven wat u onder marktconform verstaat?	Nee, Opdrachtgever verwacht van Inschrijver dat zij zelf kan inschatten wat marktconforme tarieven zijn.
3.	6	2.2	Worden correctierondes en versies voor alle middelen (brochure, flyer etc.) geacht inbegrepen te zijn in de prijs, en zo ja: hoeveel rondes/versies?	Inschrijver mag in haar inschrijving uitgaan van één correctieronde. Als er een middel op een later termijn een update nodig heeft, dan kan Opdrachtnemer hier een offerte voor maken.
4.	13	5.5	Valt het productiebudget €7 000 (casus vraag 3) binnen ons prijzenblad of wordt dit als extern mediabudget gezien?	De casus staat los van het prijzenblad.
5.	13	5.5	De maximaal vier enkelzijdige pagina's A4, zijn deze inclusief beeldmateriaal en voorblad?	Dit is inclusief beeldmateriaal. Het is aan Inschrijver om te bepalen of zij gebruik wil maken van een voorblad. Dit is namelijk niet vereist.
6.	13	5.5	Mogen we in de casus fictieve beelden/logomateriaal gebruiken of levert Curio huisstijlassets?	In de casus mogen fictieve beelden worden gebruikt. Het Curio logo is zichtbaar op de website, indien Inschrijver ervoor kiest om hier toch gebruik van te maken.
7.	13	5.5	'Het totale budget voor deze campagne bedraagt € 7.000,- inclusief btw.' Is dit inclusief inkoop media?	Het budget is exclusief inkoop media. Media wordt altijd door Opdrachtgever ingekocht.
8.	13	5.5	Er wordt gevraagd om antwoord te geven op: 'Hoe het creatieve concept voor de campagne eruit ziet en met welke insteek en/of verhaal Inschrijver kiest voor het in de markt zetten van de campagne' Wordt er een creatief voorstel (uitwerking in schetsen) verwacht voor deze casus, of alleen een tekstuele omschrijving? En zo ja, is er criteria voor de uitwerking?	Het is aan Inschrijver om te kiezen hoe zij haar voorstel uitwerkt. Hierbij kan Inschrijver kiezen voor een tekstuele omschrijving, een visuele uitwerking in schetsen, of een combinatie van beide – afhankelijk van wat Inschrijver het meest passend acht om de visie en aanpak over te brengen. Zolang Inschrijver zich maar houdt aan de vereisten voor het antwoord (zoals het maximaal aantal pagina's).

9.	13	5.5	Er wordt gevraagd om 'Voorbeelden van mogelijke beelden voor de campagne.' Wat wordt hiermee bedoeld? Schetsvoorstellen van de casus? Of inspiratiebeeld? Of referentiemateriaal?	Opdrachtgever verwacht beelden te zien van hoe de campagne eruit komt te zien. Het is aan Inschrijver om te bepalen wat zij het meest passend acht om de visie en aanpak over te brengen. Opdrachtgever adviseert Inschrijver om het antwoord zodanig te formuleren dat het helder, concreet en goed aansluit op de vraag.
10.	13	5.5	U geeft 50 punten voor de beantwoording van de open vragen? Kunt u aangeven of hiermee de vraag 1, 2 en 3 bedoelt? Of bedoelt u hiermee andere open vragen?	Hiermee bedoelt Opdrachtgever inderdaad vraag 1, 2 en 3 van paragraaf 5.5 'Gunningscriterium'.
11.	13	5.5	Het beschikbare budget voor de wervingscampagne bedraagt € 7.000 inclusief btw. Tegelijkertijd vraagt u om een volledige campagne-aanpak met o.a.: • doelgroepanalyse, • strategische planning, • creatief concept, • verrassende activering, • inzet van meerdere middelen en kanalen, • én visuele voorbeelden van beeldmateriaal. Kunt u aangeven op welke wijze u verwacht dat deze onderdelen binnen dit budget gerealiseerd kunnen worden, inclusief strategie, creatie, productie en distributie van de campagne?	Nee, het is aan Inschrijver om te borgen dat de betreffende onderdelen binnen het budget gerealiseerd kunnen worden. Ook de aanpak hiervan ligt bij Inschrijver. Indien Inschrijver tegen problemen aanloopt verwacht Opdrachtgever van Inschrijver dat zij dit proactief kenbaar maakt middels de Nota van Inlichtingen. Het gestelde budget is gebaseerd op ervaringen van Opdrachtgever uit het verleden.
12.	13	5.5	Kunt u specificeren welke concrete middelen u binnen het budget van € 7.000 verwacht (bijv. aantal social media-uitingen, posters, video, online ads, drukwerk, etc.)? En worden mediakosten (zoals advertenties op Instagram of YouTube en outdoor advertising) geacht óók binnen dit budget te vallen?	Opdrachtgever kan niet specificeren welke concrete middelen er binnen het budget worden verwacht. Opdrachtgever verwacht hierin advies vanuit Inschrijver. Voor de vraag op mediakosten verwijst Opdrachtgever u naar het antwoord bij notavraag 7.
13.	13	5.5	In de aanbesteding wordt gesproken over een jaarlijks budget van € 70.000 – € 90.000 aan grafisch ontwerp. Kunt u toelichten of het gebruik van het campagnemateriaal voortvloeiend uit deze casus (bijvoorbeeld doorontwikkeling, doorvertaling of aanvullende middelen) onder dit bredere jaartoe wijzingsbudget kan vallen?	Het gebruik van het campagnemateriaal voortvloeiend uit deze casus valt onder het jaarbudget. Daarbij wil Opdrachtgever opmerken dat Opdrachtnemer hier geen rechten aan kan ontleen.

Bijlage 4. Prijzenblad					
14.			Op het prijzenblad kan per voorbeeldproject maar met één uurtarief gewerkt worden terwijl alle verschillende disciplines (projectmanagement, conceptontwikkeling, creatie en ontwerp etc.) in de prijs opgenomen moeten zijn. Kunt u het prijzenblad zo inrichten dat een uitsplitsing per soort werk kan worden ingevuld om zo tot een evenwichtiger prijs te komen?	Er is een nieuw prijzenblad gepubliceerd bij deze Nota van Inlichtingen d.d. 28-05-2025.	Inpladi BV
Overig					
15.			Is Opdrachtgever voornemens om (op termijn) SROI-verplichtingen of maatschappelijke criteria toe te passen binnen deze raamovereenkomst, zoals inzet van mensen met afstand tot de arbeidsmarkt? Indien nee: staat Opdrachtgever open voor vrijwillige invulling hiervan door Opdrachtnemer – bijvoorbeeld via arbeidsparticipatie, stages of leerwerkplekken – passend bij de aard, visie en maatschappelijke rol van Curio als beroepsopleider?	Het is aan Opdrachtnemer om te bepalen hoe zij met maatschappelijke criteria omgaat. Opdrachtgever is niet voornemens om maatschappelijke criteria toe te passen binnen de raamovereenkomst.	Wij zijn MEO B.V
16.			Moeten eindproducten die online gepubliceerd worden (PDF, infographics) minimaal voldoen aan WCAG 2.1 AA?	Opdrachtgever gaat ervanuit dat de digitale content ook voor mensen met verschillende beperkingen toegankelijk is.	Wij zijn MEO B.V

Bijlage:

- Bijlage 4 Prijzenblad Vormgeving 2025-05-28

Einde nota van inlichtingen: