

Warszawa, dnia 3.02.2021 r.

### Modyfikacja i wyjaśnienia SIWZ VI

Działając na podstawie art. 38 ust. 1, 1a, 2 i 4 ustawy Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2019 r. poz. 1843 z późn. zm.), Zamawiający odpowiada na pytania do SIWZ zadane przez wykonawców i dokonuje modyfikacji SIWZ w postępowaniu o udzielenie zamówienia pn.: „Przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań 2021”, numer sprawy: 77/DK/ST/SPIS/PN/2020, ogłoszenie o zamówieniu numer 2020/S 251-631249 z dnia 24-12-2020 r.

#### Pytanie 61:

Dziękujemy za wyjaśnienie naszego Pytania 59 z ostatniej Państwa modyfikacji numer sprawy: 77/DK/ST/SPIS/PN/2020 (poniżej kopia Państwa odpowiedzi):

Odpowiedź Zamawiającego:

*Zamawiający informuje, iż Wykonawca musi wykazać, że wykonał w ramach jednej umowy co najmniej jedno zamówienie, polegające na przeprowadzeniu kampanii reklamowej w prasie o wartości nie mniejszej niż 1 000 000,00 zł brutto. Co oznacza, że w przypadku umów ramowych i zleceń – przynajmniej jedna umowa wykonawcza (zawarta z wykonawcą) albo jedno zlecenie musi być o takiej wartości, tj. nie mniejszej niż 1 000 000,00 zł brutto.*

*Założony przez Zamawiającego próg na poziomie 1 miliona złotych za pojedyncze zlecenie wskazuje, że Wykonawca ma doświadczenie w zrealizowaniu w jednym określonym terminie dużej złożonej umowy na publikację materiałów w prasie. Realizacja zamówienia na publikację materiałów w określonym, krótkim czasie w 30 tytułach wymaga doświadczenia w planowaniu i kierowaniu pracą zespołu, tak aby wszystkie materiały ukazały się terminowo. Wykonawca na bieżąco musi monitorować publikacje w prasie i zapewnić emisje na wskazanych stronach w określonym terminie. Potwierdzenie przez Wykonawcę realizacji kilku zleceń na mniejsze kwoty, które w sumie dają łączną wartość 1 miliona złotych, nie daje gwarancji, że zamówienia były realizowane w tym samym czasie i na tak dużą skalę jednocześnie. Mając na uwadze, że NSP jest najważniejszym i największym badaniem statystycznymi obejmującym wszystkich mieszkańców Polski, realizowanym raz na 10 lat, Zamawiający przez wskazanie wymogu na poziomie 1 000 000,00 zł brutto kierował się zabezpieczeniem realizacji umowy przez podmiot, który wykaże doświadczenie w realizacji podobnej umowy.*

W związku z powyższym, chcielibyśmy wyjaśnić Państwu i podkreślić, że (...), to profesjonalny dom mediowy, który zatrudnia ekspertów z branży z wieloletnim (kilkunastoletnim, a często ponad 20-letnim doświadczeniem), obsługują klientów z kilkudziesięciomilionowymi budżetami na zintegrowane kampanie mediowe we wszystkich możliwych kanałach. Szczególną uwagę chcemy zwrócić i wyjaśnić na to, że wspomniane wyżej zlecenia wynikające z umowy ramowej zdecydowanie potwierdzają wymagane przez Państwa kompetencje: w ciągu 2 miesięcy w 2020 roku zrealizowaliśmy dla jednego klienta kampanię w prasie (z budżetem około 1 030 000 PLN Brutto), działania były przeprowadzone u 15 wydawców, w ponad 100 tytułach, część z nich dodatkowo obejmowała działania niestandardowe, cross mediowe. Oprócz tego kampania ta była częścią dużej zintegrowanej kampanii 2 miesięcznej w Tv, Radio, OOH, Digitalu, ze znacznie większym budżetem. Przeprowadzeniem zrealizowania tak skomplikowanej i dużej kampanii, może poszczycić się niewiele podmiotów na rynku i potwierdza to wymagane przez Państwa kompetencje i doświadczenie („w planowaniu i kierowaniu pracą zespołu, tak aby wszystkie materiały ukazały się terminowo...”)

Dlatego, z pełną świadomości wysokiej wagi badania NSP, ponownie prosimy o dopuszczenie do udziału w przetargu przez odpowiednią modyfikację zapisu. Prosimy również o jednoznaczną odpowiedź w jak najszybszym możliwym terminie.

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Zamawiający w celu potwierdzenia spełnienia warunku udziału w postępowaniu, o którym mowa w pkt 7.1 ppkt 4) SIWZ – Część II dopuszcza możliwość zrealizowania przez Wykonawcę umowy ramowej, w ramach której suma umów/zleceń w przedmiocie zamówienia była nie mniejsza niż 1 000 000 zł brutto. W związku z powyższym Zamawiający modyfikuje odpowiedź na pytanie nr 59 z dnia 29 stycznia 2021 r.

**Pytanie 62:**

W nawiązaniu do udzielonych odpowiedzi w dniu 29.01.2021 proszę o podanie grupy docelowej (definiowalnej w badaniu PBC) co do której należy podać wskaźnik CPW w odniesieniu do miesięczników? Brak definicji grupy docelowej pozwala Wykonawcom na różne interpretowanie zapisów OPZ i podanie wskaźników nieporównywalnych do siebie. Dodatkowo tytuły niebadane nie mogą posiadać wskaźnika CPW na podstawie danych od wydawców. Jeśli dany tytuł jest niebadany to wydawca nie może posiadać żadnych danych o czytelnictwie. Zapis, że takie dane mogą pochodzić od wydawcy powoduje dowolność w wyborze tytułów, podanie danych fikcyjnych i nieporównywalność ofert.

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Zamawiający wyjaśnia, że dokonywał analiz CPW biorąc pod uwagę grupę docelową definiowaną w PBC jako „wszyscy”, jednakże z uwagi na wskazane ryzyko otrzymania nieporównywalnych ofert Zamawiający dokonał modyfikacji zapisów OPZ cz. II (Załącznik 1.2 do SIWZ) rezygnując ze wskaźnika CPW w odniesieniu do miesięczników oraz dodał zapis, ograniczający liczbę tytułów niemonitorowanych przez PBC i ZKDP do nie więcej niż pięciu.

Modyfikacja stanowi integralną część Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.

Treść modyfikacji SIWZ oraz:

- 1) Załącznik nr 1.2 do SIWZ – Opis przedmiotu zamówienia dla cz. II – zmieniony w dniu 3-02-2021 r.;
- 2) Załącznik nr 7.2 do SIWZ – Wzór umowy dla cz. II – zmieniony w dniu 3-02-2021 r.

zostały zamieszczone na stronie internetowej Zamawiającego: <http://bip.stat.gov.pl/ogloszenia/zamowienia-publiczne/przetargi> oraz na Platformie dostępnej pod adresem: <http://zamowienia-gus.ezamawiajacy.pl>.

*Anna Borowska  
Dyrektor Generalny GUS*