

Warszawa, dnia 21.01.2021 r.

Modyfikacja i wyjaśnienia SIWZ III

Działając na podstawie art. 38 ust. 1, 1a, 2, 4 i 4a 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.

Zamawiający informuje, że zmienił termin składania ofert, określając go na dzień 2 lutego 2021 r. godzina 10:00.

Pytanie 55:

W nawiązaniu do udzielonych odpowiedzi w dniu 15.01.2021 mam pytanie:

Dotyczy Pytania 27: W przypadku kampanii TV wykorzystanie wszystkich stacji z pakietu nr 2 oznacza wykorzystanie pakietu TVN Zasięg. W tym przypadku zgodnie z regułami i zasadami rynku reklamowego obowiązujące cały rynek i wszystkich reklamodawców – nie wysyłane są listy spotów przed emisją. Czy w związku z powyższym Zamawiający może zmienić te zapisy? Odpowiedź Zamawiającego: Zamawiający dokonał modyfikacji pkt 1.2.9 Opisu przedmiotu zamówienia poprzez wykreślenie pierwszego zdania i pozostawienie zapisu: Po stronie Wykonawcy jest dopilnowanie wykonania zaakceptowanych harmonogramów emisji.

Dodatkowe pytanie do zmodyfikowanego punktu 1.2.9:

Zgodnie z zasadami planowania i zakupu mediów obowiązującymi na całym rynku reklamy TV istnieją dwa sposoby zakupu czasu pod kampanie reklamowe. Zakup cennikowy (gdzie kupujemy wyłącznie spoty przy konkretnych programach) oraz zakup pakietowy (gdzie kupujemy oglądalności – stacja zobowiązuje się do zrealizowania zamówionej liczby GRPs. Zamawiający nie ma wpływu na kształt spotlisty. Może być ona także modyfikowana przez stacje w trakcie kampanii gdy zagrożona jest realizacja zamówienia). Generalnie w kampaniach stosuje się mix tych dwóch metod w celu zachowania maksymalnej efektywności kosztowej i racjonalnego wydatkowania budżetu.

Z uwagi na powyższy fakt prosimy o doprecyzowanie określenia „harmonogram emisji”.

- 1) Czy chodzi tu o podział GRPs na tygodnie, stacje / pakiety tematyczne oraz parametry mediowe wymienione w punkcie 1.2.3.
- 2) Jeżeli mówimy tutaj o dokładnej liście spotów – prosimy o modyfikację tego punktu ponieważ zrealizowana spotlista będzie się różnić od planowanej.

Odpowiedź Zamawiającego:

Zamawiający wyjaśnia, że poprzez harmonogram emisji rozumie rozłożenie GRP na tygodnie, miesiące i pakiety z uwzględnieniem deklaracji realizacji określonych w pkt 1.2.3 wskaźników.

Pytanie 56:

Dodatkowo prosimy o doprecyzowanie co rozumiemy przez wykonanie zaakceptowanych harmonogramów emisji. Oglądalności z powodu nieprzewidzianych sytuacji mogą się nagle zmienić i może dojść do sytuacji że wagi tygodniowe będą np. wyższe niż planowane.

- 1) Jak wysokie mogą być odchylenia od planowanych wartości w ujęciu tygodniowym i miesięcznym. Czy na przykład odchylenie w wysokości wagi tygodniowej + / - 10% jest dla Państwa do zaakceptowania?
- 2) Czy w przypadku stacji i pakietów tematycznych, ponieważ ich udziały w GRPs miesięcznym również mogą się zmienić, możemy się trzymać Państwa wytycznych co do minimalnych poziomów z punktu 1.2.3

Odpowiedź Zamawiającego:

Zamawiający wyjaśnia, że poprzez wykonanie zaakceptowanych harmonogramów emisji rozumie realizację kampanii w oparciu o przedstawione i zaakceptowane media plany.

Mając na względzie zasady planowania i zakupu kampanii w TV Zamawiający ma świadomość, że mogą zaistnieć różnice pomiędzy zaakceptowanym planem a tygodniowym rzeczywistym wykonaniem emisji z zastrzeżeniem, że ostatecznie cała kampania musi spełnić minimalne wskaźniki określone w punkcie 1.2.3. Opisu przedmiotu zamówienia.

Pytanie 57:

Zwracam się z prośbą o potwierdzenie, odpowiedź na poniższe:

Czy zamawiający może potwierdzić, że jeżeli wykonawca wykazuje umowę ramową z jednym klientem, w ramach której wykonał kilka zleceń, w zakresie kampanii w prasie, których łączna wartość jest równa lub przekracza 1 000 000 zł brutto (jeden milion złotych brutto) to spełnia wymóg przetargu opisany w SIWZ w punkcie 7.1: (Część II - O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy wykażą, że w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, zrealizowali w ramach jednej umowy co najmniej jedno zamówienie, polegające na przeprowadzeniu kampanii reklamowej w prasie o wartości umowy nie mniejszej niż 1 000 000,00 zł brutto).

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.

Zamawiający dokonał następujących modyfikacji:

SIWZ pkt 13.5 – było

Termin składania ofert upływa w dniu **25 stycznia 2021 r. o godz. 12:00.**

SIWZ pkt 13.5 – powinno być

Termin składania ofert upływa w dniu **2 lutego 2021 r. o godz. 10:00.**

SIWZ pkt 13.7 – było

Otwarcie ofert nastąpi w siedzibie Zamawiającego w pok. nr 219, w dniu, w którym upływa termin składania ofert, o godz. 12:30.

SIWZ pkt 13.7 – powinno być

Otwarcie ofert nastąpi w siedzibie Zamawiającego w pok. nr 219, w dniu, w którym upływa termin składania ofert, o godz. 10:30.

Modyfikacja stanowi integralną część Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.

Treść modyfikacji i wyjaśnień SIWZ oraz:

- 1) Sprostowanie ogłoszenia o zamówieniu,
- 2) SIWZ – zmieniony w dniu 21-01-2021 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