



Warszawa, 22-07-2020 r.

Numer postępowania: 28/GDOŚ/2020
BDG-ZZP.082.10.2020.TC.2

Dotyczy: postępowania prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego na podstawie art. 39 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. *Prawo zamówień publicznych* (Dz. U. z 2019 r. poz. 1843, z późn. zm.), zwanej dalej „p.z.p.”, pn. „Realizacja kampanii informacyjno-edukacyjnej w środkach komunikacji miejskiej oraz w mediach społecznościowych w ramach projektu LIFE15GIE/PL/000758 pn. *Masz prawo do skutecznej ochrony przyrody*”.

Uczestnicy postępowania

ODPOWIEDZI NA PYTANIA WYKONAWCÓW

Zamawiający, na podstawie art. 38 ust. 2 p.z.p., poniżej przekazuje pytania od Wykonawców wraz z wyjaśnieniami treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia:

- 1) Pytanie nr 1:** *W związku z prowadzonym postępowaniem zwracam się z prośbą o podanie wartości szacunkowej przeznaczonej na realizację obu części postępowania. Znajomość tej kwoty ma istotne znaczenie dla sposobu realizacji (kosztów) spotów wymienionych w części 1.*

Odpowiedź: Na obecnym etapie postępowania Zamawiający nie podaje ww. kwoty. Zgodnie z treścią art. 86 ust. 3 p.z.p., kwota jaką Zamawiający zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia zostanie podana bezpośrednio przed otwarciem ofert.

- 2) Pytanie nr 2:** *Mam pytanie dotyczące warunków wymienionych na 6 stronie, konkretnie nie mniejszego niż 50 000 zł brutto budżetu kampanii w mediach społecznościowych. Czy mają Państwo tutaj na myśli jedynie media społecznościowe*

(np. Facebook, Instagram, YouTube), czy możemy tutaj również liczyć łącznie budżet w sieci reklamowej Google (Google Search, Google Display Network) ?

Odpowiedź: Warunek dotyczy kampanii jedynie w mediach społecznościowych, przy czym kwota 50 000 zł brutto jest rozumiana jako budżet całej kampanii, obejmujący wszystkie koszty jej przygotowania i prowadzenia, a nie tylko zakup płatnej reklamy.

Zgodnie z Rozdziałem VI ust. 1 pkt 1.1 ppkt 1.1.1 1) SIWZ: „**Wykonawca wykaże, że w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, przeprowadził z należytą starannością co najmniej trzy kampanie w mediach społecznościowych, w tym:**

- a. co najmniej jedną o budżecie nie mniejszym niż **50 000 PLN brutto;**
- b. co najmniej jedną z wykorzystaniem minimum 15-sekundowego materiału wideo;
- c. co najmniej jedną, w której udało się uzyskać zaangażowanie na poziomie co najmniej 15 000 osób, które polubiły wpis, zostawiły komentarz pod wpisami, udostępniły publikowaną treść, obejrzały materiał wideo, kliknęły w link przekierowujący, polubiły i/lub zaczęły obserwować profil kampanii.

Zamawiający dla spełnienia powyższego warunku dopuszcza wskazanie przez Wykonawcę jednej kampanii, która będzie zawierała wszystkie trzy elementy, o których mowa w lit. a-c.”

- 3) **Pytanie nr 3:** Chciałabym dopytać, czy jest możliwość przystąpić do tego przetargu realizując część dotyczącą samej emisji spotów w komunikacji miejskiej bez części dotyczącej przygotowania-produkcji spotów, czyli sama emisja spotów w komunikacji miejskiej ?

Odpowiedź: Tak, można złożyć ofertę tylko na część II zamówienia, która dotyczy emisji spotów.

- 4) **Pytanie nr 4:** Zwracam się z uprzejmą prośbą o zmianę zapisu w OPZ (cz.2.) w postępowaniu pn. "Realizacja kampanii informacyjno-edukacyjnej w środkach komunikacji miejskiej, w ramach projektu LIFE15 GIE/PL/000758 pn. Masz prawo do skutecznej ochrony przyrody". Zapis **Zakres realizacji zamówienia pkt. 5.** dotyczy przygotowania raportu końcowego, w którym ma znaleźć się m.in.

c) *lista pojazdów z ekranami LCD, w których były emitowane spoty (liczba i numery boczne pojazdów, liczba ekranów) wraz z dokumentacją fotograficzną wykonaną w pojazdach w czasie trwania emisji rozumianą jako jedno zdjęcie z jednego rodzaju pojazdu z każdego miasta.*

Chciałabym nadmienić, że w przypadku kampanii w komunikacji miejskiej ilość pojazdów w każdym mieście jest bardzo duża. We wszystkich miastach ilość taboru przekracza 1 500, dlatego nie ma takiej możliwości, aby po zakończeniu kampanii uzyskać od dostawców dokumentację zdjęciową z każdego pojazdu, spisać wszystkie numery boczne tych pojazdów. W przypadku kampanii w komunikacji miejskiej nigdy tak szczegółowa dokumentacja nie była praktykowana, gdyż spot na ekrany wrzuca się przez internet, za pomocą systemu.

Nie jest to fizyczny montaż (ramki plakatowej czy fullbacka) gdzie montażyści robią zdjęcie dowodowe każdego montażu.

W Polsce są tysiące ekranów LCD w komunikacji miejskiej, spoty emitują się w pętli i za raport przyjęło się wysłać klientowi zdjęcia przykładowe z wybranych pojazdów.

W związku z tym bardzo proszę o zmianę tego zapisu. W chwili obecnej założenia raportu końcowego są nierealne do wykonania.

Dodatkowo jeśli chodzi o ilości pasażerów przewożonych dziennie w pojazdach z monitorami LED/LCD, w których wyświetlane są spoty kampanii, do przygotowania raportu przyjmuje się szacowaną liczbę, nie będzie jednak możliwości, aby uzyskać oficjalne potwierdzenia od dostawców z pieczętkami i podpisami firmowymi.

Odpowiedź: Zamawiający informuje o zmianie treści załącznika nr 5.2 do SIWZ – SOPZ (część 2), w ten sposób, że pkt V.5) załącznika o treści:

„Przekazanie Zamawiającemu w terminie 5 dni roboczych od zakończenia kampanii raportu z emisji kampanii, w formie elektronicznej, który będzie zawierał, w szczególności:

- a) *nazwę przewoźnika;*
- b) *termin emisji spotów;*
- c) *listę pojazdów z ekranami LCD, w których były emitowane spoty (liczba i numery boczne pojazdów, liczba ekranów) wraz z dokumentacją fotograficzną wykonaną w pojazdach w czasie trwania emisji rozumianą jako jedno zdjęcie z jednego rodzaju pojazdu z każdego miasta;*
- d) *dane o ilości pasażerów przewożonych dziennie w pojazdach z monitorami LED/LCD, w których wyświetlane są spoty kampanii.*

Wzór raportu zostanie określony w ramach kontaktów roboczych z Zamawiającym.

Na żądanie Zamawiającego Wykonawca zobowiązany jest przedstawić umowę z Podwykonawcą wraz z załącznikami i/lub podpisane zlecenie z Podwykonawcą i/lub fakturę z wyszczególnieniem liczby pojazdów i ekranów dla poszczególnych środków transportu we wskazanych w SOPZ miastach.”

otrzymuje brzmienie:

„Przekazanie Zamawiającemu w terminie 5 dni roboczych od zakończenia kampanii raportu z emisji kampanii, w formie elektronicznej, który będzie zawierał, w szczególności:

- a) *nazwę przewoźnika;*
- b) *termin emisji spotów;*
- c) *miasto;*
- d) *rodzaj pojazdów;*
- e) *liczbę pojazdów;*
- f) *ilość nośników;*
- g) *liczbę emisji na godzinę;*
- h) *ilość godzin dziennie;*
- i) *ilość emisji łącznie.*

Wzór raportu zostanie określony w ramach kontaktów roboczych z Zamawiającym.

Na żądanie Zamawiającego Wykonawca zobowiązany jest przedstawić umowę z Podwykonawcą wraz z załącznikami i/lub podpisane zlecenie z Podwykonawcą i/lub fakturę z wyszczególnieniem liczby pojazdów i ekranów dla poszczególnych środków transportu we wskazanych w SOPZ miastach.”

- 5) Pytanie nr 5:** *Sporo zapisów jest różnych od przedstawianych przeze mnie ofert, natomiast kluczowy jest ten zapis: „dane o ilości pasażerów przewożonych dziennie w pojazdach z monitorami LED/LCD, w których wyświetlane są spoty kampanii”. Jest to zbyt precyzyjny zapis i takich danych nie będziemy w stanie przedstawić, tym bardziej w dobie pandemii.*

Odpowiedź: Zamawiający informuje o zmianie treści załącznika nr 5.2 do SIWZ – SOPZ (część 2). Treść zapisów po zmianie wskazano w odpowiedzi na pytanie nr 4.

6) Pytanie nr 6: *14-dniowy okres emisji spotów został przez Państwa podzielony na dwie tury (12.10.2020 r.-18.10.2020 r. i 19.10.2020 r.-25.10.2020 r.) – czy i ewentualnie w jakim zakresie będą się one różnić od siebie ?*

Odpowiedź: Obie tury nie będą się od siebie różnić. Wymogi projektu LIFE 15 GIE/PL/000758 pn. *Masz prawo do skutecznej ochrony przyrody*, w ramach którego realizowane jest przedmiotowe zamówienie nakładają na Zamawiającego realizację kampanii w dwóch turach.

7) Pytanie nr 7: *Czy podane trzy spoty w każdej z tur kampanii będą emitowane naprzemiennie?*

Odpowiedź: Tak, byłoby to optymalne, żeby spoty były wyświetlane naprzemiennie. Zamawiający dopuszcza, żeby były emitowane po kolei. Zamawiający wymaga, aby udział poszczególnych spotów w kampanii był proporcjonalny.

8) Pytanie nr 8: *Jednym z wymogów raportu z emisji kampanii jest podanie danych o ilości pasażerów przewożonych dziennie w pojazdach z monitorami LED/LCD, w których wyświetlane są spoty kampanii. Niestety Przewoźnicy nie posiadają tak szczegółowych danych. Czy więc wystarczające będzie przygotowanie symulacji, opartej na danych dotyczących całkowitej średniej dziennej przewożonych pasażerów we wszystkich pojazdach (niezależnie od wyposażenia lub nie w ekrany LCD) ?*

Odpowiedź: Zamawiający informuje o zmianie treści załącznika nr 5.2 do SIWZ – SOPZ (część 2). Treść zapisów po zmianie wskazano w odpowiedzi na pytanie nr 4.

9) Pytanie nr 9: *W związku z opublikowanym zapytaniem ofertowym na świadczenie usługi opracowania i realizacji kampanii informacyjno- edukacyjnej w środkach komunikacji miejskiej w ramach projektu LIFE15 GIE/PL/000758 pn., mam pytanie czy niezbędne jest udzielanie informacji o podmiotach będącymi podwykonawcami (nazwa firmy, adres, NIP) ?*

Odpowiedź: Zgodnie z treścią Rozdziału IV pkt 5 SIWZ: *Zamawiający żąda wskazania przez Wykonawcę części zamówienia, której wykonanie zamierza powierzyć podwykonawcom i podania przez Wykonawcę nazw (firm) podwykonawców.* Ponadto, zgodnie z Rozdziałem VII pkt 1 ppkt 1.4: *Wykonawca, który zamierza powierzyć wykonanie części zamówienia podwykonawcom, w celu wykazania braku istnienia wobec nich podstaw wykluczenia z udziału*

w postępowaniu, zamieszcza informacje o podwykonawcach w oświadczeniu, o którym mowa w pkt 1.1.

INFORMACJA O ZMIANIE TREŚCI SIWZ ORAZ OGŁOSZENIA O ZAMÓWIENIU

1. Zamawiający, działając na podstawie art. 38 ust. 4 p.z.p., informuje o zmianie treści SIWZ – Rozdział XII ust. 9 oraz XIII ust. 1 i 2, poprzez zmianę terminu składania ofert, który aktualnie został wyznaczony na dzień 29 lipca 2020 r., godz. 12.00 (*poprzednio: 27 lipca 2020 r., godz. 12.00*), a także terminu otwarcia ofert, który aktualnie został wyznaczony na dzień 29 lipca 2020 r., godz. 14.00 (*poprzednio: 27 lipca 2020 r., godz. 14.00*).

Ponadto, Zamawiający informuje o zmianie treści załącznika nr 5.2 do SIWZ – SOPZ (część 2). Zakres zmiany został wskazany w odpowiedzi na pytanie nr 4.

2. Zamawiający, działając na podstawie art. 38 ust. 4a pkt 1 w zw. z art. 12a ust. 1 p.z.p., informuje o zmianie ogłoszenia o zamówieniu nr 563813-N-2020 z dnia 2020-07-17 r.

MAREK KAJS
Zastępca Generalnego Dyrektora
/ – podpisany cyfrowo/