

Warszawa, 27-07-2020 r.

Numer postępowania: 28/GDOŚ/2020  
BDG-ZZP.082.10.2020.TC.3

**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

### I. 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, zwanej dalej „SIWZ”:

- 1) **Pytanie nr 1:** *Czy jeśli oferta będzie tworzona we współpracy z partnerem biznesowym, jego doświadczenie w sprawie kampanii w komunikacji miejskiej będzie się liczyło do kwalifikacji naszej oferty ?*

**Odpowiedź:** W przypadku wspólnego ubiegania się o udzielenie zamówienia, zgodnie z treścią Rozdziału VIII ust. 8 SIWZ, Wykonawcy mogą wykazać łączne spełnianie warunków udziału w postępowaniu. Zasady dotyczące wspólnego ubiegania się o udzielenie zamówienia zostały określone w Rozdziale VIII SIWZ. Ponadto, zgodnie z Rozdziałem VI ust. 4 SIWZ, Wykonawca może w celu potwierdzenia spełniania warunku udziału w postępowaniu, polegać na zdolnościach technicznych lub zawodowych innych podmiotów, niezależnie od charakteru prawnego łączących go z nim stosunków prawnych. Zasady dotyczące polegania na





zdolności lub sytuacji innych podmiotów zostały określone w Rozdziale VII ust. 1 pkt 1.5 i 1.6 SIWZ.

- 2) **Pytanie nr 2:** Czy rozważają Państwo przesunięcie terminu składania ofert ? Ze względu na dużą ilość pracy w zespołach nasi specjaliści mogą nie zdążyć z przygotowaniem wszystkich materiałów do 27.07.

**Odpowiedź:** Termin składania ofert został przez Zamawiającego przesunięty na dzień 03 sierpnia 2020 r., godz. 12.00, zaś termin ich otwarcia na ten sam dzień, godz. 14.00.

- 3) **Pytanie nr 3:** *W dokumencie SIWZ, rozdział XV Opis kryteriów, którymi Zamawiający będzie się kierował przy wyborze oferty wraz z podaniem wag tych kryteriów i sposobu oceny ofert, dotyczy zadania nr 2, pkt. 4. Zasady oceny według kryterium „ilość pojazdów (IP)”, ppkt. 4.1 Wykonawca może otrzymać w kryterium maksymalnie 40 pkt. Prosimy o podanie liczby pojazdów która otrzyma 40 pkt., np. maksymalna liczba pojazdów to 100.*

**Odpowiedź:** Zamawiający informuje o zmianie treści SIWZ, w ten sposób, że Rozdział XV ust. 4 SIWZ – *Zasady oceny według kryterium „ilość pojazdów (IP)”,* o treści:

*„4. Zasady oceny według kryterium ilość pojazdów (IP):*

*4.1 Wykonawca może otrzymać w kryterium maksymalnie 40 pkt;*

*4.2 Ocena w kryterium ilość pojazdów (IP) dokonana będzie na podstawie wypełnionego przez Wykonawcę ust. 4 w formularzu oferty, gdzie wskaże on dodatkową liczbę pojazdów liczoną łącznie na obie tury kampanii, ponad minimalną wymaganą liczbę pojazdów wskazaną łącznie na obie tury kampanii w ust. V pkt 4 SOPZ dla 2 części, w których będzie ona emitowana.*

*Wykonawca, który zaproponuje najwyższą dodatkową liczbę pojazdów otrzyma 40 punktów, natomiast pozostali Wykonawcy odpowiednio mniej punktów zgodnie*





z poniższym wzorem:

$I_{Pi}$

$$P_i = \frac{\text{-----}}{IP_{max}} \times 40 \text{ pkt}$$

$IP_{max}$

gdzie:

$P_i$  – oznacza liczbę punktów jakie otrzyma oferta badana za kryterium ilość pojazdów (IP);

$IP_{max}$  – oznacza najwyższą dodatkową liczbę pojazdów spośród ważnych i nieodrzuconych ofert;

$I_{Pi}$  – oznacza dodatkową liczbę pojazdów oferty badanej.”

otrzymuje brzmienie:

„4. Zasady oceny według kryterium ilość pojazdów (IP):

4.1 Wykonawca może otrzymać w kryterium maksymalnie 40 pkt;

4.2 Ocena w kryterium ilość pojazdów (IP) dokonana będzie na podstawie wypełnionego przez Wykonawcę ust. 4 w formularzu oferty, gdzie wskaże on dodatkową liczbę pojazdów liczoną łącznie na obie tury kampanii, ponad minimalną wymaganą liczbę pojazdów wskazaną łącznie na obie tury kampanii w ust. V pkt 4 SOPZ dla 2 części, w których będzie ona emitowana;





4.3 Maksymalna liczba dodatkowych pojazdów zaproponowanych przez Wykonawcę w ramach niniejszego kryterium wynosi 100.

Wykonawca, który zaproponuje 100 (lub więcej) pojazdów w ramach kryterium otrzyma 40 punktów, natomiast pozostali Wykonawcy odpowiednio mniej punktów zgodnie z poniższym wzorem:

$$P_i = \frac{I_{Pi}}{100} \times 40 \text{ pkt}$$

gdzie:

$P_i$  – oznacza liczbę punktów jakie otrzyma oferta badana za kryterium ilość pojazdów (IP);

$I_{Pi}$  – oznacza dodatkową liczbę pojazdów oferty badanej.”

- 4) **Pytanie nr 4:** Na każdym nośniku min. 6 emisji spotów na 1 godzinę przez 12 godzin dziennie, tj. minimum 90 sekund emisji spotów na godzinę - pytanie: Czy Zamawiający ma na myśli 6 emisji każdego spotu (3 spoty) tj. 18 spotów na 1 godzinę przez 12 godzin ?

**Odpowiedź:** Przez sformułowanie: „min. 6 emisji spotów na 1 godzinę przez 12 godzin dziennie, tj. minimum 90 sekund emisji spotów na godzinę” Zamawiający wymaga minimum dwukrotnej emisji każdego z trzech spotów w ciągu godziny, w przypadku naprzemiennej emisji spotów lub minimum sześciokrotnej emisji pojedynczego spotu w ciągu godziny, w sytuacji, gdy spoty będą emitowane po kolei.





Zamawiający informuje o zmianie treści załącznika nr 5.2 do SIWZ – SOPZ (część 2), w ten sposób, że pkt V.4) załącznika o treści:

*„Przeprowadzenie kampanii, która będzie polegała na emisji przez okres 14 dni, trzech spotów, o których mowa w ust. V pkt 3 SOPZ. Emisja spotów zostanie podzielona na dwie tury (rozumiane jako tura I: 12.10.2020 r. – 18.10.2020 r., tura II: 19.10.2020 r. – 25.10.2020 r.). Emisja spotów odbywać się będzie w autobusach i/lub tramwajach i/lub metrze w każdym z następujących miast: Warszawie, Krakowie, Łodzi, Wrocławiu, Poznaniu, Trójmieście. Kampania będzie emitowana w minimalnej łącznej liczbie 200 pojazdów na jedną turę kampanii (7 dni), tj. minimalnej łącznej liczbie 400 pojazdów na obie tury kampanii (14 dni). **Na minimalnej liczbie 2 nośników na pojazd. Na każdym nośniku min. 6 emisji spotów na 1 godzinę przez 12 godzin dziennie, tj. minimum 90 sekund emisji spotów na godzinę;**”*

otrzymuje brzmienie:

*„Przeprowadzenie kampanii, która będzie polegała na emisji przez okres 14 dni, trzech spotów, o których mowa w ust. V pkt 3 SOPZ. Emisja spotów zostanie podzielona na dwie tury (rozumiane jako tura I: 12.10.2020 r. – 18.10.2020 r., tura II: 19.10.2020 r. – 25.10.2020 r.). Emisja spotów odbywać się będzie w autobusach i/lub tramwajach i/lub metrze w każdym z następujących miast: Warszawie, Krakowie, Łodzi, Wrocławiu, Poznaniu, Trójmieście. Kampania będzie emitowana w minimalnej łącznej liczbie 200 pojazdów na jedną turę kampanii (7 dni), tj. minimalnej łącznej liczbie 400 pojazdów na obie tury kampanii (14 dni). **Zamawiający wymaga minimum dwukrotnej emisji każdego z trzech spotów w ciągu godziny, w przypadku naprzemiennej emisji spotów lub minimum sześciokrotnej emisji pojedynczego spotu w ciągu godziny, w sytuacji, gdy spoty będą emitowane po kolei, tj. minimum 90 sekund emisji spotów na godzinę, minimum przez 12 godzin dziennie, w każdym pojeździe;**”*

5) **Pytanie nr 5:** *Zamawiający Wymaga emisji spotów w miastach: Warszawie, Krakowie, Łodzi, Wrocławiu, Poznaniu, Trójmieście – prosimy po podanie minimalnej*





*liczby pojazdów w wymienionych miastach lub procentowego udziału, np. w Warszawie 30% pojazdów, natomiast w pozostałych miastach proporcjonalnie lub dowolnie.*

**Odpowiedź:** Zamawiający nie wskazuje minimalnej liczby pojazdów lub ich procentowego udziału w poszczególnych miastach, wskazanych w treści załącznika nr 5.2 do SIWZ – SOPZ (część 2).

- 6) Pytanie nr 6:** *W części dot. Emisji spotów w pojazdach komunikacji miejskiej jednym z warunków jest „...emisja 6 spotów na 1 godzinę przez 12 godzin dziennie, tj. minimum 90 sekund emisji spotów na godzinę”. Czy chodzi Państwu o 6 krotną emisję każdego z 3 spotów, co w sumie da 90sek dla każdego z nich, czyli łącznie 270sek na godzinę? Czy raczej chodzi o dwukrotną emisję każdego z 3 spotów, co w sumie da 6 na godzinę i 90sek łącznie?*

**Odpowiedź:** Odpowiedź na pytanie zawarta w odpowiedzi na pytanie nr 4.

- 7) Pytanie nr 7:** *W związku z opublikowaniem przez Państwa przetargu nieograniczonego na realizację kampanii informacyjno- edukacyjnej zwracamy się o wyjaśnienie istotnych postanowień SWIZ: Dotyczy produkcja spotów 15 sekund- Proszę o podanie informacji jaką techniką filmową mają być wyprodukowane spoty. Czy jest ona dowolna ?*

**Odpowiedź:** Zamawiający nie narzuca techniki wykonania spotów.

- 8) Pytanie nr 8:** *W związku z opublikowaniem przez Państwa przetargu nieograniczonego na realizację kampanii informacyjno- edukacyjnej zwracamy się o wyjaśnienie istotnych postanowień SWIZ: Dotyczy kryteria wyboru - scenorys. Zamawiający napisał: Kryteria i pod kryteria oceny scenorysu Czy scenorys zawiera przykuwający uwagę i zapadający w pamięć pomysł ? (nie może być tylko prostą prezentacją treści typu powerpoint, instrukcja krok po kroku) Czy jest ciekawy ? Czy zawiera zwrot akcji ? zmianę nastroju ? czy odwołuje się do emocji ? Czy sprawia, że odbiorca identyfikuje się z przekazem np.: chce się sam zaangażować ? (max 10 pkt) Pomysł i komunikatywność ocenianego projektu wzorcowego. Czy scenorys ma*





*jednoznaczny przekaz ? Co powinno niepokoić ? Na co należy zwracać uwagę ? gdzie/do kogo możesz zgłosić interwencję ? na jakiej podstawie ?) (max 10 pkt) Treść przedstawiona w sposób prosty, zrozumiały i wyrazisty (kontrastowość, czytelność z dużej odległości zarówno obrazów jak i napisów, ilość ujęć i tempo ich wyświetlania pozwalające na swobodną percepcję wzrokową) (max 10 pkt) Przejrzystość i czytelność ocenianego projektu wzorcowego CTA – widoczna, czytelna i wystarczająco długo eksponowana, żeby ułatwić wzrokową percepcję, konkretna wskazówka, co widz ma zrobić (np. wejść na stronę projektu, wejść na profil GDOŚ) (max 10 pkt). Przedstawione powyżej kryteria są kryteriami czysto subiektywnymi. Nie gwarantują obiektywności wyboru oferty wykonawcy. A zgodnie z zasadami PZP, zamawiający w przypadku kryteriów poza cenowych nie mogą stosować takich, które są nieweryfikowalne i subiektywne, a co za tym idzie naruszają zasady uczciwej konkurencji. Prosimy o odpowiedź na pytanie w jaki sposób zamawiający zamierza określać , który scenarys przykuwa bardziej uwagę a który nie. Który jest ciekawy, a który nie. Który scenarys ma jednoznaczny przekaz, a który nie . Która treść jest przekazana w sposób prosty i zrozumiały , a która nie. W którym scenarysie CTA jest czytelna w którym mniej czytelna i w jakiej skali. itd. Przedstawione powyżej podkryteria nie gwarantują obiektywnego wyboru. Do dokonania oceny wg powyższych parametrów potrzeba wiedzy i doświadczenia w pracy nad filmami. I pewnie nie jeden praktyk nie podjąłby się oceny scenarysu wg takich kryteriów. Prosimy więc o odpowiedź czy w tym postępowaniu osoby oceniające te scenariusze to będą osoby zajmujące się zawodowo pracą na produkcjami filmowymi? Mając powyższe na względzie zwracamy się z wnioskiem o zmianę kryterium poza cenowego na takie , które będzie gwarantowało obiektywną ocenę ofert.*

**Odpowiedź:** Oceny spotów będą dokonywali członkowie Komisji Przetargowej - osoby zajmujące się prowadzeniem m.in. działań informacyjno-promocyjnych oraz odpowiedzialne za stronę merytoryczną realizacji projektu LIFE15GIE/PL/000758 pn. *Masz prawo do skutecznej ochrony przyrody*. Zgodnie z Rozdziałem XV ust. 3 pkt 3.3 SIWZ, każdy z członków Komisji Przetargowej przyzna ocenianemu scenarysowi punktację w skali od 0 do 10 punktów (łącznie od 0 do 40 punktów), zgodnie z kryteriami i podkryteriami wskazanymi w tabeli w Rozdziale XV ust. 3 SIWZ.





Z przyznanej przez poszczególnych członków Komisji Przetargowej punktacji zostanie wyliczona średnia arytmetyczna, która w rezultacie będzie stanowić ostateczny wynik. W ocenie Zamawiającego możliwe jest, przy zastosowaniu przyjętych przez Zamawiającego w SIWZ kryteriów i podkryteriów, zachowanie obiektywizmu przy ocenie, w jakim stopniu poszczególne elementy scenorysu zostały zapamiętane, jakie wywołały emocje oraz czy spełniają swoją rolę w zakresie trafności przekazu, jak również porównanie ich na tle wszystkich przesłanych scenorysów w celu wybrania do realizacji scenorysu, który przełoży się na jak najwyższą zauważalność spotu i zrozumienie tematu.

- 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., proszę o przedstawienie definicji PODWYKONAWCY. Czy Państwa zdaniem Podwykonawcą jest Właściciel ekranów LCD w autobusach czy w tramwajach, któremu zlecimy emisję spotu ?*

**Odpowiedź:** Zgodnie z treścią art. 2 pkt 9b p.z.p. przez umowę o podwykonawstwo należy rozumieć umowę w formie pisemnej o charakterze odpłatnym, której przedmiotem są usługi, dostawy lub roboty budowlane stanowiące część zamówienia publicznego, zawartą między wybranym przez zamawiającego wykonawcą a innym podmiotem (podwykonawcą). Właściciel ekranów LCD będzie zatem podwykonawcą w rozumieniu ww. przepisu.

- 10) Pytanie nr 10:** *Po zmianie treści załącznika nr 5.2 do SIWZ – SOPZ (część 2 - pkt V.5) mówiącym o raporcie usunęli Państwo zapis o zdjęciach, czy takim razie rezygnują Państwo ze zdjęć z kampanii? Jeśli nie to czy przykładowe zdjęcia muszą być z każdego spotu i z każdego miasta czy tylko z dowolnego spotu, z każdego miasta i środka transportu ?*

**Odpowiedź:** Zamawiający zrezygnował ze zdjęć z kampanii w zakresie raportu wskazanego w załączniku nr 5.2 do SIWZ – SOPZ (część 2 – pkt V.5)).







**11) Pytanie nr 11:** *W odpowiedziach napisali Państwo, że I i II tura kampanii ma być jednakowa, zatem emisja spotów w układzie: 1 spot 4 dni+2 spot 5 dni+ 3 spot 5 dni nie jest możliwa ?*

**Odpowiedź:** Dla Zamawiającego optymalnym byłoby, aby spoty były emitowane naprzemiennie, natomiast Zamawiający dopuszcza, aby były one emitowane po kolei. Zamawiający wymaga, aby udział poszczególnych spotów w kampanii był proporcjonalny.

**12) Pytanie nr 12:** *W przypadku niektórych miast nie ma możliwości zakupu wyłącznie autobusów z 2 ekranami (Trójmiasto i Poznań mają także autobusy z 1 ekranem, a nie można kupić emisji w samych dwuekranowych autobusach). Czy w takim razie pojazdy z 1 ekranem wliczają się do oferty czy są całkowicie pomijane ?*

**Odpowiedź:** Zamawiający informuje o zmianie treści pkt V.4) załącznika nr 5.2 do SIWZ – SOPZ (część 2). Zamawiający usunął sformułowanie o treści: „Na minimalnej liczbie 2 nośników na pojazd”. Zakres zmiany został wskazany w odpowiedzi na pytanie nr 4.

**13) Pytanie nr 13:** *Jeśli chodzi o załącznik 2.2 do SIWZ, to jakie są akceptowane dowody, że usługi zostały wykonane należycie? Czy zdjęcie z kampanii jest takim dowodem ?*

**Odpowiedź:** Zgodnie z treścią Rozdziału VII SIWZ ust. 4 pkt 4.1 lit. a SIWZ: *dowodami, o których mowa, są referencje bądź inne dokumenty wystawione przez podmiot, na rzecz którego usługi były wykonywane, a jeżeli z uzasadnionej przyczyny o obiektywnym charakterze wykonawca nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów – oświadczenie wykonawcy.*

**14) Pytanie nr 14:** *Czy można wydłużyć termin 1 dniowego sprawdzania materiałów graficznych (zapis umowy: Wykonawca, w terminie 1 dnia roboczego od przekazania przeformatowanych spotów przez Zamawiającego, zgłosi do nich ewentualne uwagi); jest to bardzo krótki czas, biorąc pod uwagę pracę zdalną, pandemię oraz fakt, że robi to zazwyczaj jedna osoba.*





**Odpowiedź:** W ocenie Zamawiającego jeden dzień roboczy powinien wystarczyć Wykonawcy na sprawdzenie plików emisyjnych ze spotami i udzielenie informacji zwrotnej czy pliki są zgodne ze specyfikacją czy wymagają poprawienia.

**15) Pytanie nr 15:** *Czy w przypadku składania oferty tylko na Część 1, w formularzu ofertowym wypełniamy tylko część pierwszą, która dotyczy tylko tej części ?*

**Odpowiedź:** Należy wypełnić część formularza odnoszącą się do części, na którą Wykonawca składa swoją ofertę. Zamawiający zaleca uzupełnianie formularza w sposób jednoznacznie wskazujący intencje Wykonawcy.

**16) Pytanie nr 16:** Szanowni Państwo, zwracam się z prośbą o odpowiedzi na pytanie dotyczące wypełnienie formularza ofertowego. 1) Czy w pkt. 4 Formularza (załącznik nr 1 do SIWZ) należy wskazać dodatkową liczbę pojazdów, bez pojazdów w ilości min. jakiej oczekuje Zamawiający (200) czy należy wskazać łączną ilość pojazdów, jaką zamierza zaproponować Wykonawca, łącznie z liczbą 200.

**Odpowiedź:** Zgodnie z treścią Rozdziału XV ust. 4 pkt 4.2 Wykonawca wskaże **dodatkową liczbę pojazdów liczoną łącznie na obie tury kampanii, ponad minimalną wymaganą liczbę pojazdów wskazaną łącznie na obie tury kampanii w ust. V pkt 4 SOPZ dla 2 części.** Analogiczny zapis widnieje w treści pkt 4 stanowiącego załącznik nr 1 do SIWZ formularza ofertowego.

## II. 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 poprzez zmianę:

1) Rozdziału XII ust. 9 oraz XIII ust. 1 i 2 SIWZ, tj. zmianę terminu składania ofert, który aktualnie został wyznaczony na dzień 03 sierpnia 2020 r., godz. 12.00 (*poprzednio: 29 lipca 2020 r., godz. 12.00*), a także terminu otwarcia ofert, który





## GENERALNA DYREKCJA OCHRONY ŚRODOWISKA

aktualnie został wyznaczony na dzień 03 sierpnia 2020 r., godz. 14.00  
(poprzednio: 29 lipca 2020 r., godz. 14.00);

- 2) Rozdziału XV ust. 4 SIWZ. Zakres zmiany został wskazany w treści odpowiedzi na pytanie nr 3.
- 3) 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 i 2 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/

