

Warszawa, dn. 29 grudnia 2015 r.

CPE-II-261-77/ARK/15

Wykonawcy ubiegający się o udzielenie zamówienia

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego nr CPE-II-261-77/ARK/15: na świadczenie usługi polegającej na zakupie powierzchni reklamowej, przygotowaniu projektu graficznego, składzie i publikacji cykli ogłoszeń o naborach wniosków w dziennikach regionalnych i lokalnych obejmujących zasięgiem każdy z regionów na terenie obszaru wsparcia programu.

Odpowiedzi na pytania Wykonawcy, zmiana Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia

I. Działając na podstawie art. 38 ust. 2 ustawy Prawo zamówień publicznych Zamawiający udziela niniejszym odpowiedzi na poniższe pytania Wykonawcy.

Pytanie nr 1

„(...) w związku z ogłoszonym postępowaniem o udzielenie zamówienia ze strony Centrum Projektów Europejskich, zwracam się z wnioskiem o wyjaśnienie następujących kwestii zawartych SIWZ:

- A. Zamawiający wskazuje, że wymaga od Wykonawcy *przedstawienia planowanego kosztu dotarcia ogłoszenia do 1000 czytelników dla każdego z proponowanych tytułów. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zażądania zmiany proponowanych tytułów na inne. Zamawiający wymaga także każdorazowo po ukazaniu się cyklu ogłoszeń, w terminie do 14 dni roboczych od Wykonawcy dostarczenia do Wspólnego Sekretariatu Technicznego (31-036 Kraków, ul. Halicka 9) informacji o nakładzie (z uwzględnieniem zwrotów) oraz zweryfikowanego zgodnie ze stanem faktycznym po publikacji zestawienia kosztów dotarcia do 1000 czytelników dla każdego z tytułów, w których opublikowane zostało ogłoszenie (po odjęciu zwrotów);*
- B. Zamawiający zaznacza w SIWZ, że ogłoszenia ukazujące się w różnych tytułach muszą mieć taką samą wielkość (+/- 1%).

Wobec powyższego Wykonawca oświadcza, że powyższe warunki wymagają zmiany przez Zamawiającego.

Ad A.

Wykonawca wnosi o zmianę przez Zamawiającego wymogu w zakresie podawania danych dotyczących czytelnictwa. Wykonawca wyjaśnia, że żaden podmiot działający na rynku nie jest w stanie spełnić wymogu przewidzianego przez Zamawiającego w SIWZ. Otóż, dane

dotyczące czytelnictwa w Polsce mierzone są przez PBC – Polskie Badania Czytelnictwa. Natomiast PBC nie przeprowadza badań w zakresie wymaganym przez Zamawiającego w SIWZ, tj. metodologia badania nie bazuje na jednym konkretnym dniu. PBC przeprowadza badania czytelnictwa wyłącznie przedziałach kwartalnych, a wyniki te są publikowane przez PBC z kilkutygodniowym opóźnieniem.

W związku z powyższym, Wykonawca zastrzega, że Wykonawca ma możliwość dostarczenia danych czytelnictwa w Polsce dotyczących wybranego dnia tygodnia, przy czym dane te odnosić się będą do danego kwartału, np. czytelnictwo w piątki w wybranym zasięgu w II kwartale roku 2015 roku.

Jednocześnie Wykonawca zastrzega, że dostarczenie jakichkolwiek informacji w zakresie słowackich mediów, tj. danych sprzedaży i wysokości nakładu jest bardziej czasochłonne niż w Polsce. Wobec tego, Wykonawca wnosi w każdym przypadku o wydłużenie stosowanych terminów przez Zamawiającego, względem publikacji na terenie Słowacji, co najmniej do 30 dni roboczych od dnia ukazania się danego ogłoszenia na terenie Słowacji."

Odpowiedź:

Z uwagi na fakt, że ogłoszenia ukazują się i w Polsce i na Słowacji nie można kierować się badaniami PBC. W Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia nie zostało użyte sformułowanie „czytelnictwo” lecz koszt dotarcia do 1000 czytelników. Oznacza to, że metodologia tego pomiaru uwzględnia łączny nakład wszystkich tytułów w których ukazało się ogłoszenie (po odjęciu zwrotów) oraz koszt publikacji cyklu ogłoszeń. Czyli np. przy założeniu, że nakład z uwzględnieniem zwrotów wyniósł 100 000 egzemplarzy, koszt cyklu wyniósł 10 000, koszt dotarcia do jednego czytelnika wyniesie 1 PLN. Maksymalnie czas przedstawienia takich danych, uwzględniając również dane ze Słowacji może zostać wydłużony do 20 dni roboczych.

Pytanie nr 2

„Ad B.

Wykonawca wnosi o zmianę dopuszczalnej różnicy w formacie reklam w polskich i słowackich mediach z +/- 1 % do +/- 20 %.

Wykonawca wyjaśnia, że polskie i słowackie tytuły prasowe znacząco się różnią w zakresie graficznego przygotowania materiałów reklamowych, w szczególności tytuły te mają zupełnie różne formaty reklam (tzw. „siatki modułów”). Tym samym, jedynie różnica w formacie reklam na poziomie +/- 20 % umożliwi należyte wykonanie zamówienia.

Wykonawca wnosi zatem o zmianę treści SIWZ w ten sposób by Wykonawca miał możliwość złożenia oferty bez wątpliwości w zakresie wymagań Zamawiającego, co umożliwi większej liczbie podmiotów przystąpienie do przedmiotowego postępowania, dzięki czemu zachowana zostanie zasada uczciwej konkurencji i równego traktowania.

Odpowiedź:

Biorąc pod uwagę równość dostępu do informacji oraz równość traktowania polskich i słowackich potencjalnych beneficjentów różnica 20% w wielkości ogłoszenia w polskich i słowackich mediach jest niedopuszczalna. Różnica ta może wynieść maksymalnie 5%.

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia precyzuje również, że ogłoszenie ma mieć format nie mniej niż ¼ strony bez względu na format danego tytułu.

II. Ponadto zamawiający informuje, że zmienia Specyfikację Istotnych Warunków Zamówienia.

Zmianie ulegają następujące zapisy:

1) W Szczegółowym opisie przedmiotu zamówienia – załączniku nr 1 do umowy pkt. 3 lit. a otrzymuje następujące brzmienie:

„a) format ogłoszenia: nie mniej niż ¼ strony bez względu na format danego tytułu (układ pionowy), druk pełen kolor (z wiernym odwzorowaniem kolorów logotypu programu oraz grafiki). Wykonawca każdorazowo musi podać powierzchnię ogłoszenia w cm² dla każdego z tytułów – ogłoszenia ukazujące się w różnych tytułach **muszą mieć taką samą wielkość (+/- 5%)**;”

2) W Opisie przedmiotu zamówienia – załączniku nr 1 do umowy w pkt. 3 czwarty akapit otrzymuje następujące brzmienie:

„Każdorazowo po ukazaniu się cyklu ogłoszeń, w terminie do **20 dni** roboczych, Wykonawca zobowiązany jest dostarczyć do Wspólnego Sekretariatu Technicznego (31-036 Kraków, ul. Halicka 9) informację o nakładzie (z uwzględnieniem zwrotów) oraz zweryfikowane zgodnie ze stanem faktycznym po publikacji zestawienie kosztów dotarcia do 1000 czytelników dla każdego z tytułów, w których opublikowane zostało ogłoszenie (po odjęciu zwrotów).”