



Warszawa, dnia 19.08.2021 r.

Znak sprawy: WZP/WIPFE/U-332-27/21

Uczestnicy postępowania o udzielenie zamówienia publicznego

Dotyczy: postępowania prowadzonego w trybie podstawowym bez negocjacji na „Usługę przeprowadzenia kampanii informacyjno-promocyjnej szerokiego zasięgu dotyczącej Funduszy Europejskich dla Mazowsza” nr sprawy: WZP/WIPFE/U-332-27/21)

W związku z wniesionym zapytaniem do SWZ obowiązującej w przedmiotowym postępowaniu, działając na podstawie art. 284 ust 2 w związku z ust 3 ustawy z dnia 11 września 2019r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2021 poz. 1129; dalej ustawa P.z.p.) Zamawiający: Mazowiecka Jednostka Wdrażania Programów Unijnych (dalej: Zamawiający) udziela poniższych odpowiedzi:

Pytanie nr 2 do SWZ

„W formularzu ofertowym (załącznik nr 1 do SIWZ) Outdoor, pozycja nr 10. a) fullback liczba jednostek to 10, zaś w dokumencie SOPZ IX.B. KAMPANIA TRANZYTOWA.

4. Reklamę typu fullback Wykonawca ma przeprowadzić w następujących ilościach w konkretnych miastach, to znaczy:

1) minimum po 3 fullbacki w Otwocku, Pruszkowie, Grodzisku Mazowieckim, Żyrardowie, Brwinowie, Wołominie i Legionowie,

2) minimum po 7 fullbacków w Płocku, Ostrołęce, Siedlcach, Radomiu.

Prosimy o podanie ilości sztuk fullback w każdej miejscowości.

Ilości wpisane w formularzu ofertowym, a ilości podane w SOPZ nie zgadzają się, są różne.”

Odpowiedz nr 2 do SWZ

Zamawiający oczekuje od Wykonawcy realizacji łącznie 10 fullbacków, gdzie 3 reklamy typu fullback mają zostać przeprowadzone w 3 miastach (Wykonawca wybiera 3 miejscowości spośród 7 wskazanych - Otwocku, Pruszkowie, Grodzisku Mazowieckim, Żyrardowie, Brwinowie, Wołominie i Legionowie) oraz 7 fullbacków w 4 miastach: Płocku, Ostrołęce, Siedlcach, Radomiu. Założeniem Zamawiającego jest żeby autobusy z reklamą typu fullback jeździły w różnych miastach, dlatego Wykonawca ma wybrać autobusy w przypadku pkt IX.B.KAMPANIA TRANZYTOWA, ppkt 4, 1) OPZ w 3 różnych miastach i w przypadku pkt IX.B.KAMPANIA TRANZYTOWA, ppkt 4, 2) OPZ we wszystkich wskazanych miastach, tak żeby reklama typu fullback była widoczna na różnych trasach.

Zamawiający dokonuje modyfikacji w tym zakresie.

Patrz **Zmiana nr 4 do SWZ**



Pytanie nr 3 do SWZ

Dokument SOPZ VII. KAMPANIA RADIOWA

Punkt 1. Wykonawca wyprodukuje spot 30 sekund w odpowiednich formatach niezbędnych do emisji oraz zaplanuje kampanię w 2 wybranych spośród regionalnych/lokalnych i ponadregionalnych naziemnych stacji radiowych o największym zasięgu, najlepiej dopasowanych do grupy docelowej zgodnie z harmonogramem i szczegółowym media-planem, który będzie zawierał koszt emisji, daty, godziny, stacje i „siatki spotów” oraz estymowane parametry kampanii (zasięg 1+, 3+, 5+, OTH oraz CPP kampanii).

Co Zamawiający ma na myśli pisząc: wybranych spośród regionalnych/lokalnych i ponadregionalnych naziemnych stacji radiowych, prosimy o doprecyzowanie.

Odpowiedz nr 3 do SWZ

Zamawiającemu zależy aby Wykonawca wyprodukował spot 30 sekundowy w odpowiednich formatach niezbędnych do emisji oraz zaplanował kampanię i podjął decyzję, co do wyboru 2 spośród regionalnych/lokalnych i ponadregionalnych naziemnych stacji radiowych o największym zasięgu, najlepiej dopasowanych do grupy docelowej zgodnie z harmonogramem i szczegółowym media-planem, który będzie zawierał koszt emisji, daty, godziny, stacje i „siatki spotów” oraz estymowane parametry kampanii (zasięg 1+, 3+, 5+, OTH oraz CPP kampanii).

W przypadku stacji radiowych Zamawiającemu zależy na doborze takich stacji, które swoim zasięgiem pokrywają jak największy obszar województwa mazowieckiego, ponieważ kampania dotyczy Funduszy Europejskich na Mazowszu i jest skierowana do mieszkańców tego regionu.

Zamawiający podaje definicje dotyczące „(...) **wybranych spośród regionalnych/lokalnych i ponadregionalnych naziemnych stacji radiowych(...)**” :

- **stacje regionalne/lokalne** to media najczęściej niezależne i nieskupione w dużych grupach radiowych, dysponują zazwyczaj jednym nadajnikiem i adresują swój program do mieszkańców jednego, konkretnego miasta lub danego regionu. Takie stacje oferują tylko reklamy lokalne. Istnieje na rynku kilkadziesiąt niezależnych rozgłośni komercyjnych.

- **stacje ponadregionalne** to rozgłośnie, których zasięg techniczny jest mniejszy od rozgłośni ogólnopolskich, ale większy od stacji lokalnych – nie są słyszalne w całym kraju, mają kilka-kilkanaście nadajników i docierają do mieszkańców wybranych (kilku, kilkunastu) miast. Te radia nie mają możliwości emitowania lokalnych reklam, jednak od zasady braku lokalnych reklam w stacjach ponadregionalnych są wyjątki - ze względu na rodzaj posiadanych koncesji.

Zamawiający dokonuje modyfikacji w tym zakresie.

Patrz **Zmiana nr 5 do SWZ**

Niniejsze odpowiedzi zostaną niezwłocznie doręczone Wykonawcom, którzy otrzymali SWZ w formie elektronicznej oraz zamieszczone na stronie internetowej Zamawiającego. Udzielone wyjaśnienia zostaną dołączone do SWZ i będą stanowiły jej integralną część.

Zgodnie z art. 286 ust. 1 w związku z ust. 3 ustawy P.z.p., Zamawiający zmienia zapisy SWZ w poniższy sposób:

Zmiana nr 4 do SWZ

Zmianie ulega treść **pkt IX.B.KAMPANIA TRANZYTOWA, ppkt 4** Załącznika nr 2 do SWZ – *Opisu przedmiotu zamówienia*, który otrzymuje następujące

brzmienie:

„Reklamę typu fullback Wykonawca ma przeprowadzić we wskazanej poniżej ilości, tj. 10 reklam dla wymienionych miast z terenu Województwa Mazowieckiego. Wykonawca dokona wyboru miast zgodnie z poniższymi wskazaniami:

- 1) trzy fullbacki w trzech miastach do wyboru - Otwock, Pruszków, Grodzisk Mazowiecki, Żyrardów, Brwinów, Wołomin i Legionowo,
- 2) siedem fullbacków w czterech miastach - Płocku, Ostrołęce, Siedlcach i Radomiu.” *

* Wykonawca musi zrealizować co najmniej po jednym fullbacku w każdym z czterech miastach wskazanych w podpunkcie 2), tym samym Zamawiający dopuszcza nierównomierny podział reklam typu fullback w miastach wskazanych w tym podpunkcie.”

Zmiana nr 5 do SWZ

Zmianie ulega treść **pkt VII.KAMPANIA RADIOWA ppkt 1 Załącznika nr 2** do SWZ – *Opisu przedmiotu zamówienia*, który otrzymuje następujące brzmienie:

„Wykonawca wyprodukuje spot 30 sekund w odpowiednich formatach niezbędnych do emisji oraz zaplanuje kampanię w 2 przez siebie wybranych spośród regionalnych/lokalnych i ponadregionalnych naziemnych stacji radiowych o największym zasięgu, najlepiej dopasowanych do grupy docelowej zgodnie z harmonogramem i szczegółowym media-planem, który będzie zawierał koszt emisji, daty, godziny, stacje i „siatki spotów” oraz estymowane parametry kampanii (zasięg 1+, 3+, 5+, OTH oraz CPP kampanii).”

Pozostałe zapisy SWZ pozostają bez zmian.

Dokonane modyfikacje (w zakresie wskazanym w Ogłoszeniu o zamówieniu) zostaną opublikowane na stronie internetowej prowadzonego postępowania: <https://bip.mazowia.eu/zamowienia-publiczne/> oraz <https://miniportal.uzp.gov.pl/Postepowania/> w formie Ogłoszenia o zmianie ogłoszenia, wszystkie modyfikacje zostaną również przekazane niezwłocznie wszystkim Wykonawcom, którzy otrzymali SWZ w formie elektronicznej.

Sprawę prowadzi:
Justyna Olędzka - Kwiecińska
tel. 22 542 25 15
fax. 22 698 31 44/57
email: j.oledzka@mazowia.eu