



Warszawa, dnia 24.08.2021 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 wniesionymi zapytaniami do SWZ obowiązującej w przedmiotowym postępowaniu, działając na podstawie art. 284 ust. 2 w zw. z ust. 3 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz.U. z 2021 r., poz. 1129; dalej ustawa P.z.p.) Zamawiający, Mazowiecka Jednostka Wdrażania Programów Unijnych (dalej Zamawiający) udziela poniższych odpowiedzi:

Pytanie nr 4: Dokument SOPZ VII. KAMPANIA RADIOWA
c) zasięg techniczny – wybrane stacje pokrywają swoim zasięgiem min. 50% obszaru województwa mazowieckiego. Wykonawca zobowiązany jest do przekazania na etapie składania ofert dowodu w postaci informacji na temat zasięgu geograficznego zaproponowanej stacji – forma prezentacji jest dowolna, ale musi być czytelna i musi z niej jednoznacznie wynikać, że wybrane stacje pokrywają swoim zasięgiem min. 50% Mazowsza, zasięg techniczny – wybrane stacje pokrywają swoim zasięgiem min. 50% obszaru województwa mazowieckiego – **Zamawiający ma na myśli, iż wymagany zasięg mają spełnić obie stacje radiowe łącznie? Czy każda z osobna?**

Odpowiedz nr 4: Wymagany zasięg techniczny, czyli pokrycie minimum 50% obszaru województwa mazowieckiego musi zostać spełniony przez obie wybrane stacje radiowe łącznie.

Pytanie nr 5: Dokument SOPZ IX.B. KAMPANIA TRANZYTOWA
6. Wykonawca ma zaproponować numery autobusów, które jeżdżą na najbardziej popularnych trasach w obrębie danego miasta – dotyczy to fullbacków i plakatów. Przed uruchomieniem kampanii Wykonawca przekaże listę zawierającą nazwę miasta, numer autobusu i opis trasy oraz uzasadnienie, z którego jednoznacznie będzie wynikać, że są to trasy o największym natężeniu ruchu.
Wykonawca przekaże listę zawierającą nazwę miasta, numer autobusu i opis trasy oraz uzasadnienie, z którego jednoznacznie będzie wynikać, że są to trasy o największym natężeniu ruchu – **nie ma możliwości podania numerów autobusów/tramwajów, ponieważ żaden autobus/tramwaj nie jest przypisany do jednej trasy, czyli np. nr 55 jednego dnia jeździ trasą x, a drugiego dnia trasą y. Ta sama sytuacja jest z opisem trasy.**

Odpowiedz nr 5: W przypadku działań kampanijnych realizowanych w komunikacji miejskiej głównym celem jest dotarcie do jak największej liczby osób. W ramach kampanii tranzytowej, która ma trwać przez okres jednego miesiąca Wykonawca ma zapewnić:

- a) 10 różnych autobusów do obklejenia, na których zamieści reklamę typu fullback we wskazanych miastach w OPZ;
- b) 140 różnych pojazdów (autobusów, a w przypadku Warszawy również tramwajów), w których zamieści reklamę w postaci plakatów w ramach w konkretnych ilościach w przypadku 3 wybranych miast wskazanych w OPZ.

Zamawiającemu zależy na tym, żeby wybrane autobusy jeździły na trasach o największym natężeniu ruchu. W związku z tym, że konkretny pojazd (autobus/tramwaj) nie jest przypisany do wybranego numeru i co za tym idzie jednej trasy, Zamawiający zmienia treść pkt IX.B Kampania tranzytowa, ppkt 6.

Patrz Zmiana nr 6 do SWZ



Pytanie nr 6: Dokument SOPZ IX.B. KAMPANIA TRANZYTOWA
1. Poprzez kampanię tranzytową Zamawiający określa reklamę w komunikacji miejskiej kursującej na terenie województwa mazowieckiego w wybranych przez Zamawiającego miastach.
2. **Na kampanię tranzytową składają się reklamy typu fullback na autobusach oraz reklamy typu plakaty w pojazdach komunikacji miejskiej.**
3. Kampania tranzytowa będzie trwała przez okres 1 miesiąca (dokładna data rozpoczęcia kampanii zostanie ustalona z Zamawiającym po podpisaniu Umowy).
5. Reklamę typu plakaty Wykonawca ma przeprowadzić w następujących ilościach w konkretnych miastach, to znaczy:
1) 110 plakatów w 110 różnych pojazdach komunikacji miejskiej (**autobusy i tramwaje**) w Warszawie.
2) 20 plakatów w 20 różnych autobusach w Ciechanowie i 10 plakatów w 10 różnych autobusach w Mińsku Mazowieckim.

Prosimy o podanie wymiarów plakatów.

Odpowiedz nr 6: W przypadku Warszawy plakaty do ramek w pojazdach komunikacji miejskiej mają mieć format 90×30 cm, a w przypadku Ciechanowa i Mińska Mazowieckiego format A3.

Pytanie nr 7: Wykonawca ma zaproponować numery autobusów, które jeżdżą na najbardziej popularnych trasach w obrębie danego miasta – dotyczy to fullbacków i plakatów. Przed uruchomieniem kampanii Wykonawca przekaże listę zawierającą nazwę miasta, numer autobusu i opis trasy oraz uzasadnienie, z którego jednoznacznie będzie wynikać, że są to trasy o największym natężeniu ruchu.

Nie ma możliwości wskazania linii autobusowych czy tramwajowych, pojazdy jeżdżą rotacyjnie, tzn. jeden pojazd jeździ po różnych liniach. Tym samym nie da się dobrać pojazdów na trasach o największym natężeniu ruchu. Listę z numerami bocznymi pojazdów użytych do kampanii będzie można podać, ale dopiero po montażu tj. po starcie kampanii. Zdarza się, że zakład zmienia te numery i podstawia inne pojazdy. Dlatego takie listy udostępnia się po montażach.

Odpowiedz nr 7: Zamawiający udzielił częściowych wyjaśnień w formie odpowiedzi na pytanie nr 4. Ponadto Zamawiający informuje, że nie wymaga listy, która będzie zawierała informacje na temat numerów bocznych pojazdów, które zostaną użyte do przeprowadzenia kampanii tranzytowej.

Pytanie nr 8: Wykonawca w terminie 14 dni po zakończeniu kampanii przedstawi Zamawiającemu raport ukazujący informacje o realizacji, w tym do ilu osób dotarła reklama. Wykonawca w raporcie musi zawrzeć autentyczne zdjęcia wszystkich pojazdów z reklamą fullback i ze wszystkich pojazdów z plakatem w ramkach.
Nośniki plakatowe nie mają numerów. Plakaty w Ciechanowie są klejone na szybę. Czy jest na to zgoda, bo w punkcie nr 8 jest zapis, że mają to być ramki.

Odpowiedz nr 8: Zamawiający nie wymaga, aby nośniki plakatowe posiadały numery. Zamawiający wymaga natomiast w przypadku potwierdzenia prawidłowej realizacji kampanii tranzytowej aby Wykonawca przekazał raport ze zdjęciami wszystkich obklejonych autobusów oraz plakatów w ramkach ze wszystkich pojazdów (autobusów i tramwajów), które zostały użyte podczas kampanii.
Zamawiający nie wyraża zgody na zmianę zapisu w punkcie 8, gdyż według wiedzy Zamawiającego w autobusach w Ciechanowie są dostępne ramki, w których można zamieszczać plakaty.

Pytanie nr 9: Zwracamy się również z prośbą o przesunięcie terminu składania ofert z 27 sierpnia godzina 11:00, na 01.09.2021 godzina 11:00.

Odpowiedz nr 9: Zamawiający przedłuża termin składania ofert.

Patrz Zmiany nr 7 – 9 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 6 do SWZ Zmianie ulega treść **pkt IX.B.KAMPANIA TRANZYTOWA, ppkt 6** Załącznika nr 2 do SWZ – *Opisu przedmiotu zamówienia*, który otrzymuje następujące brzmienie:

„Przed uruchomieniem kampanii Wykonawca przedyskutuje z operatorem/podwykonawcą/usługodawcą najlepsze rozwiązanie dla zakładanego przez Zamawiającego celu kampanii i następnie przekaze ustalone informacje w formie pisemnej, z których jednoznacznie będzie wynikać, że pojazdy z naszą reklamą będą jeździły w trakcie kampanii (1 miesiąc) po trasach o największym natężeniu ruchu w każdym ze wskazanych miast”

Zmiana nr 7 do SWZ Zmianie ulega treść pkt 24.1 SWZ, który otrzymuje następujące brzmienie:

24.1 „Ustala się, że składający ofertę pozostaje nią związany przez okres 30 dni, tj. do dnia 30.09.2021 r. Pierwszym dniem terminu związania ofertą jest dzień, w którym upływa termin składania ofert”

Zmiana nr 8 do SWZ Zmianie ulega treść pkt 27.4 SWZ, który otrzymuje następujące brzmienie:

27.4 „Termin składania ofert upływa w dniu 01.09.2021 r., o godz. 11:00”

Zmiana nr 9 do SWZ Zmianie ulega treść pkt 30.1 SWZ, który otrzymuje następujące brzmienie:

30.1 „Otwarcie ofert nastąpi za pośrednictwem miniPortalu, w dniu 01.09.2021 r., o godz. 11:30 za pomocą funkcjonalności „deszyfruj” dostępnej dla Zamawiającego pod adresem <https://miniportal.uzp.gov.pl/>”

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.

(podpis Kierownika Zamawiającego
lub osoby upoważnionej)

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