



ZARZĄD
WOJEWÓDZTWA
ZACHODNIOPOMORSKIEGO

Adres do korespondencji:

Województwo Zachodniopomorskie

– Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego

Wieloosobowe stanowisko ds. zamówień publicznych

ul. Piłsudskiego 40-42, pokój 343

70-421 Szczecin

Tel.: 91 44 67 168 (120)

Fax: 91 44 67 185

adres e-mail: zamowienia.publiczne@wzp.pl

strona internetowa: www.przetargi.wzp.pl

Szczecin, dnia 27 maja 2015 r.

Znak sprawy: WOIRZL.II.272.19.2015.DP

Dotyczy: Postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego o wartości poniżej 207.000 euro na „Opracowanie, tłumaczenie na j. niemiecki, szwedzki i duński, skład oraz emisję w prasie polskiej, niemieckiej, skandynawskiej i w internecie, artykułów promujących potencjał turystyczny Województwa Zachodniopomorskiego”.

**Odpowiedzi na pytania Wykonawców, zmiana treści SIWZ
oraz zmiana terminu składania i otwarcia ofert**

Zgodnie z art. 38 ust. 2, 4 i 6 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych (tekst jedn.: Dz. U. z 2013 r. poz. 907 ze zm.) – dalej „ustawa PZP”, Zamawiający odpowiada na pytania Wykonawców, zmienia treść SIWZ oraz termin składania i otwarcia ofert:

1).

Zgłaszam się do Państwa w związku z ogłoszeniem o zamówieniu WOIRZL.II.272.19.2015.DP. Chciałbym, by ta wiadomość została objęta tajemnicą handlową. Chciałbym przekazać, że niestety, pomimo przygotowania oferty, nie będę w stanie wziąć udziału w przetargu, gdyż wymagania dotyczące doświadczenia są zbyt specyficzne i ich nie spełniam. Wykonałem takiego typu usługi i posiadam doświadczenie, lecz nie pokrywa się ono w 100% z tym, czego Państwo wymagają. Specjalizuję się w reklamie międzynarodowej od dłuższego czasu i mam pewność, że moja oferta byłaby konkurencyjna, że jestem kompetentny, a zatem chciałbym zapytać, czy można zmienić punkty dotyczące wymaganego doświadczenia. Również jestem świadomy, że należę do nielicznych profesjonalistów, którzy takimi projektami się zajmują i robią to dobrze. Jako przykład wykonanego przeze mnie zlecenia tego typu, załączam dokumenty przetargu z

KRYSTAŁ
PRZETARGÓW
PUBLICZNYCH
2014

Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego
ul. Korsarzy 34, 70-540 Szczecin, tel. (+48 91) 48 07 243, (+48 91) 48 07 253, fax (+48 91) 48 93 968
www.wzp.pl

zeszłego roku. (Nazwa zleceniodawcy) zlecił mi, m. in., przygotowanie artykułu o charakterze turystyczno-promocyjnym, tłumaczenie na język czeski, przygotowanie projektu na całej stronie, który

okazał się w jednym z głównych dzienników czeskich. Byłem jedyną firmą, która złożyła ofertę. Załączam protokół zdawczo-odbiorczy. Gdyby wymagania były bardziej ogólne i na przykład z wykorzystaniem takiego doświadczenia mógłbym brać udział w przetargu, chętnie to zrobię. Nie byłoby problemu, bym przygotował próbki artykułu jak to było wymagane w przypadku przetargu w (nazwa miejscowości). Również mogę się pochwalić kampanią o zasięgu europejskim w czasopismach branżowych dla (nazwa zleceniodawcy) pod koniec zeszłego roku. Jeszcze większymi kampaniami zajmowałem się jako przedstawiciel międzynarodowego domu mediowego (nazwa własna) i mogę polegać na doświadczeniu tej firmy, aczkolwiek to doświadczenie nie pokrywa się z bardzo wąskim zakresem, który Państwo określili w SIWZ.

Odpowiedź:

Zgodnie z art. 38 ust. 1 ustawy Pzp w przypadku powzięcia przez wykonawców wątpliwości co do znaczenia postanowień SIWZ mają oni prawo zwrócić się o wyjaśnienie jej treści. Zamawiający zobowiązany jest wyjaśnić wątpliwości związane z treścią SIWZ. De facto należy uznać, że Państwa pismo nie jest zapytaniem o znaczenie zapisów SIWZ, a jedynie informacją o tym, że nie są Państwo w stanie spełnić warunku udziału w postępowaniu, a propozycja dostosowania warunku udziału w postępowaniu do Państwa możliwości jest nie do przyjęcia. Warunki udziału, które zostały określone w postępowaniu dają możliwość przedstawienia wszelkich usług podobnych wykonanych zarówno w gazecie konsumenckiej (codziennej) jak i branżowej (związanej z turystyką), a ich zakres może obejmować „opis np. atrakcji turystycznych, oferty turystycznej, produktów turystycznych, wydarzeń związanych z turystyką itp.” czyli wszystkich tekstów tematycznie związanych z turystyką. Ponadto przetarg został ogłoszony w trybie nieograniczonym i daje nieograniczone możliwości przystąpienia do niego samodzielnie, w konsorcjum lub z wykorzystaniem potencjału innych podmiotów itp. Zamawiający formułuje warunki udziału w postępowaniu proporcjonalnie do wymagań postawionych w Opisie przedmiotu zamówienia, jak również mają one za zadanie odzwierciedlić jego oczekiwania w stosunku do potencjalnych wykonawców. W konsekwencji powyższego Zamawiający nie zmienia zapisów SIWZ.

2)

Czy określenie w SIWZ „zamieszczenie banerów reklamowych na wskazanych portalach internetowych” dotyczy emisji banerów na wszystkich stronach serwisów, łącznie ze stronami głównymi czy tylko na stronie startowej serwisu?

Odpowiedź:

Zamawiający wymaga zamieszczenia banerów reklamowych wyłącznie na stronie głównej (startowej) każdego ze wskazanych portali internetowych.

K R E N Z T A E
PRZETARGÓW
PUBLICZNYCH
2014

Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego
ul. Korsarzy 34, 70-540 Szczecin, tel. (+48 91) 48 07 243, (+48 91) 48 07 253, fax (+48 91) 48 93 968
www.wzp.pl

3)

Czy zamawiający określając format banera internetowego określa, że minimalny format jednego boku banera powinien mieć nie mniej niż 300 px czyli formaty 750x200 px oraz 250x300px są dopuszczalne?

Odpowiedź:

Zamawiający dopuszcza, aby jeden z boków banera był nie krótszy niż .250 pix, a drugi bok nie krótszy niż 300 pix. W związku z tym zmienia treść SIWZ w następujący sposób:

- Zmieniony Załącznik nr 7 do SIWZ Opis Przedmiotu Zamówienia – Część I – PRASA POLSKA, stanowi załącznik nr 1 do niniejszych odpowiedzi;
- rozdział XVII pkt. 1 ppkt. 1.1) Kryterium nr 2 – Czas trwania emisji w internecie – waga 30%:

Było:

Punkty w kryterium dotyczą zamieszczenia na stronach:

- a) www.gs24.pl, www.gk24.pl (Głos Dziennik Pomorza)
- b) www.24kurier.pl (Kurier Szczeciński)
- c) www.gazetalubuska.pl (Gazeta Lubuska)
- d) www.gloswielkopolski.pl (Głos Wielkopolski)
- e) www.warszawa.gazeta.pl (Gazeta Wyborcza - wydanie stołeczne)
- f) www.wroclaw.gazeta.pl (Gazeta Wyborcza – wydanie Wrocław)
- g) www.dziennikzachodni.pl (Dziennik Zachodni)

reklamy internetowej o wymiarach **nie mniejszych niż 300x600pix** przekierowującej czytelnika do pełnej wersji artykułu.

Oferta wykonawcy w tym zakresie będzie oceniana w następujący sposób:

Ocena szczegółowa	Punkty
1) Proponowany czas funkcjonowania reklamy internetowej na stronach: www.gs24.pl, www.gk24.pl	
2 dni	1 pkt
3 dni	2 pkt
4-5 dni	3 pkt
6-7 i więcej dni	5 pkt

	Punkty
2) Proponowany czas funkcjonowania reklamy internetowej na stronie: www.24kurier.pl	
2 dni	1 pkt
3 dni	2 pkt
4-5 dni	3 pkt
6-7 i więcej dni	5 pkt
	Punkty

af B

3) Proponowany czas funkcjonowania reklamy internetowej na stronie: www.gazetalubuska.pl	
2 dni	1 pkt
3 dni	2 pkt
4-5 dni	3 pkt
6-7 i więcej dni	4 pkt

		Punkty
4) Proponowany czas funkcjonowania reklamy internetowej na stronie: www.gloswielkopolski.pl		
2 dni		1 pkt
3 dni		2 pkt
4-5 dni		3 pkt
6-7 i więcej dni		4 pkt

		Punkty
5) Proponowany czas funkcjonowania reklamy internetowej na stronie: www.warszawa.gazeta.pl		
2 dni		1 pkt
3 dni		2 pkt
4-5 dni		3 pkt
6-7 i więcej dni		4 pkt

		Punkty
6) Proponowany czas funkcjonowania reklamy internetowej na stronie: www.wroclaw.gazeta.pl		
2 dni		1 pkt
3 dni		2 pkt
4-5 dni		3 pkt
6-7 i więcej dni		4 pkt

		Punkty
7) Proponowany czas funkcjonowania reklamy internetowej na stronie: www.dziennikzachodni.pl		
2 dni		1 pkt
3 dni		2 pkt
4-5 dni		3 pkt

KRYSTAL
PRZETARGÓW
PUBLICZNYCH
2014

Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego
ul. Korsarzy 34, 70-540 Szczecin, tel. (+48 91) 48 07 243, (+48 91) 48 07 253, fax (+48 91) 48 93 968
www.wzp.pl

6-7 i więcej dni	4 pkt
------------------	-------

Uwaga: za emisję jednodniową oferent otrzyma w tym kryterium 0 pkt, gdyż stanowi ona nierozłączny element przedmiotu zamówienia. Otrzymanie 0 pkt nie powoduje odrzucenia oferty.

Ocena zostanie dokonana w opisany powyżej sposób i nie będzie zawierać punktacji pośredniej np. 7,5 pkt, 21,5 pkt.

W powyższym kryterium oferta Wykonawcy może uzyskać łącznie maksymalnie 30 pkt.

Jest:

Punkty w kryterium dotyczą zamieszczenia na stronach:

- www.gs24.pl, www.gk24.pl (Głos Dziennik Pomorza)
- www.24kurier.pl (Kurier Szczeciński)
- www.gazetalubuska.pl (Gazeta Lubuska)
- www.gloswielkopolski.pl (Głos Wielkopolski)
- www.warszawa.gazeta.pl (Gazeta Wyborcza - wydanie stołeczne)
- www.wroclaw.gazeta.pl (Gazeta Wyborcza – wydanie Wrocław)
- www.dziennikzachodni.pl (Dziennik Zachodni)

reklamy internetowej o wymiarach **min. 250x300 pix** przekierowującej czytelnika do pełnej wersji artykułu.

Oferta wykonawcy w tym zakresie będzie oceniana w następujący sposób:

Ocena szczegółowa	Punkty
8) Proponowany czas funkcjonowania reklamy internetowej na stronach: www.gs24.pl , www.gk24.pl	
2 dni	1 pkt
3 dni	2 pkt
4-5 dni	3 pkt
6-7 i więcej dni	5 pkt

	Punkty
9) Proponowany czas funkcjonowania reklamy internetowej na stronie: www.24kurier.pl	
2 dni	1 pkt
3 dni	2 pkt
4-5 dni	3 pkt
6-7 i więcej dni	5 pkt
	Punkty
10) Proponowany czas funkcjonowania reklamy internetowej na stronie: www.gazetalubuska.pl	
2 dni	1 pkt
3 dni	2 pkt

KRYSTAL
PRZETARGÓW
PUBLICZNYCH
2014

Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego
ul. Korsarzy 34, 70-540 Szczecin, tel. (+48 91) 48 07 243, (+48 91) 48 07 253, fax (+48 91) 48 93 968
www.wzp.pl

ad B

4-5 dni	3 pkt
6-7 i więcej dni	4 pkt

	Punkty
11) Proponowany czas funkcjonowania reklamy internetowej na stronie: <u>www.gloswieikopolski.pl</u>	
2 dni	1 pkt
3 dni	2 pkt
4-5 dni	3 pkt
6-7 i więcej dni	4 pkt

	Punkty
12) Proponowany czas funkcjonowania reklamy internetowej na stronie: <u>www.warszawa.gazeta.pl</u>	
2 dni	1 pkt
3 dni	2 pkt
4-5 dni	3 pkt
6-7 i więcej dni	4 pkt

	Punkty
13) Proponowany czas funkcjonowania reklamy internetowej na stronie: <u>www.wroclaw.gazeta.pl</u>	
2 dni	1 pkt
3 dni	2 pkt
4-5 dni	3 pkt
6-7 i więcej dni	4 pkt

	Punkty
14) Proponowany czas funkcjonowania reklamy internetowej na stronie: <u>www.dziennikzachodni.pl</u>	
2 dni	1 pkt
3 dni	2 pkt
4-5 dni	3 pkt
6-7 i więcej dni	4 pkt

Uwaga: za emisję jednodniową oferent otrzyma w tym kryterium 0 pkt, gdyż stanowi ona nierozłączny element przedmiotu zamówienia. Otrzymanie 0 pkt nie powoduje odrzucenia oferty.

KRYSZTAŁ
PRZETARGÓW
PUBLICZNYCH
2014

Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego
ul. Korsarzy 34, 70-540 Szczecin, tel. (+48 91) 48 07 243, (+48 91) 48 07 253, fax (+48 91) 48 93 968
www.wzp.pl

Ocena zostanie dokonana w opisany powyżej sposób i nie będzie zawierać punktacji pośredniej np. 7,5 pkt , 21,5 pkt.

W powyższym kryterium oferta Wykonawcy może uzyskać łącznie maksymalnie 30 pkt.

4)

Czy zamawiający pisząc o czasie trwania emisji w Internecie, określa dodatkowo minimalną ilość odsłon banera?

Jeśli tak, prosimy o podanie minimalnej ilości odsłon dziennie dla każdego w wymienionych w SIWZ portalu internetowych.

Odpowiedź:

Zamawiający nie określił minimalnej liczby odsłon banera. Zamawiający wymaga stałej ekspozycji banera, która musi trwać minimum 1 dzień.

Mając powyższe na uwadze, Zamawiający zmienia termin składania i otwarcia ofert. Oferty należy składać w terminie do dnia **2 czerwca 2015 r.** do godziny **10.00** w budynku Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego, ul. Piłsudskiego 40 – 42, 70 – 421 Szczecin (pokój nr 343).

Otwarcie ofert jest jawne i nastąpi tego samego dnia (**tj. 2 czerwca 2015 r.**) o godzinie **10.30** w pok. 308 w budynku Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego, ul. Piłsudskiego 40 – 42, 70 – 421 Szczecin.

z up. ~~ZARZĄDU WOJEWÓDZTWA~~

Przemysław Włosek
Kierownik Zamawiającego
Dyrektor Generalny Urzędu

Powołując się na art. 27 ust. 2 ustawy Pzp, proszę o zwrotne potwierdzenie otrzymania niniejszego pisma na nr faksu: 91 44 67 185

Potwierdzam otrzymania stron pisma w dniu 2015 r. o godz.

.....
podpis osoby przyjmującej korespondencję oraz nazwa firmy

KRYSTAL
PRZETARGÓW
ZASTĘPCAMI PUBLICZNYCH
Wydziału Organizacji
i Rozwoju Zasobów Ludzkich
2014

Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego
ul. Korsarzy 34, 70-540 Szczecin, tel. (+48 91) 48 07 243, (+48 91) 48 07 253, fax (+48 91) 48 93 968
www.wzp.pl

Strona 7 z 7

Bożennej Kardas 21

Załącznik nr 7 do SIWZ – Załącznik nr 1 do odpowiedzi na pytania

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA - CZĘŚĆ I – PRASA POLSKA

Słownik zamówień publicznych:

39294100-0 artykuły informacyjne i promocyjne

79970000-4 usługi publikacji

79340000-9 usługi reklamowe i marketingowe

Opracowanie, skład oraz emisja w prasie polskiej i w internecie artykułów oraz banerów promujących potencjał turystyczny Województwa Zachodniopomorskiego – zgodnie z poniższym:

Wstępny szczegółowy zakres zamówienia:

Emisja w prasie (wydania drukowane):

1. Publikacja 2 (dwóch) odrębnych, tj o różnej tematyce, artykułów promujących województwo, w poniższych gazetach:
 - a) Głos Dziennik Pomorza (zachodniopomorskie)
 - b) Kurier Szczeciński (zachodniopomorskie)
 - c) Gazeta Lubuska (lubuskie)
 - d) Głos Wielkopolski (wielkopolskie)
 - e) Gazeta Wyborcza - wydanie stołeczne (mazowieckie)
 - f) Gazeta Wyborcza – wydanie Wrocław (dolnośląskie)
 - g) Dziennik Zachodni
2. Wielkość każdego artykułu – publikacja w formacie junior page lub w przypadku braku takiego formatu, ½ strony w poziomie,
3. Artykuły mają być opublikowane w dwóch różnych terminach, tzn:
 - a) pierwszy zaakceptowany przez Zamawiającego artykuł, ukazuje się w jednakowym terminie (jednocześnie) we wszystkich gazetach, z tym że nie później niż do 24 sierpnia 2015 r. (poniedziałek) włącznie.
 - b) drugi zaakceptowany przez Zamawiającego artykuł ukazuje się w jednakowym terminie (jednocześnie) we wszystkich gazetach, z tym że nie później niż do 4 października 2015 r. (niedziela) włącznie (należy uwzględnić zakończenie emisji internetowej artykułu i banera najpóźniej w tym dniu)przy czym artykuły mają się ukazać w wydaniach poniedziałkowych każdej z gazet, w kolorze, na stronach redakcyjnych każdej z gazet.

Emisja w Internecie – emisja dotyczy tych samych artykułów, które zostaną wyemitowane w wydaniach drukowanych ww. gazet. Wykonawca przygotowuje dodatkowo dwa banery (jeden baner

zostanie wykonany do pierwszego artykułu a drugi do kolejnego), które emitowane będą na portalach internetowych poszczególnych gazet. Emisja artykułu oraz banera w Internecie ma się rozpocząć tego samego dnia, w którym ukazał się dany artykuł drukowany.

Zamieszczenie banerów reklamowych na stronie głównej każdego ze wskazanych poniżej portali:

- a) www.gs24.pl, www.gk24.pl (Głos Dziennik Pomorza)
- b) www.24kurier.pl (Kurier Szczeciński)
- c) www.gazetalubuska.pl (Gazeta Lubuska)
- d) www.gloswielkopolski.pl (Głos Wielkopolski)
- e) www.warszawa.gazeta.pl (Gazeta Wyborcza - wydanie stołeczne)
- f) www.wroclaw.gazeta.pl (Gazeta Wyborcza – wydanie Wrocław)
- g) www.dziennikzachodni.pl (Dziennik Zachodni)

przekierowujących czytelnika do pełnej wersji artykułu.

1. Baner reklamowy, zamieszczony na każdym z ww. portali ma mieć wymiary **min. 250 x 300 pix**,
2. Zamieszczenie na każdym z ww. portali (na stronie głównej lub w dziale tematycznie związanym z artykułem lub na podstronie) pełnej wersji artykułów, do których czytelnik zostanie przekierowany z poziomu banera.
3. Czas trwania emisji w Internecie tj. czas ekspozycji stałej banera i artykułu – minimum 1 dzień *(dodatkowy, ewentualnie zaproponowany przez oferenta czas trwania emisji będzie stanowił jedno z kryteriów oceny ofert)*

termin wykonania całości przedmiotu zamówienia, z uwzględnieniem zakończenia emisji internetowej artykułu i banera (o najdłuższym czasie emisji) – **od podpisania umowy do 4 października 2015 r.**

Zakres zadań:

- 1) bieżący kontakt z bezpośrednimi wydawcami gazet, w szczególności w zakresie wykupienia przez Wykonawcę u danego wydawcy powierzchni reklamowej w wydaniach drukowanych gazet oraz na wskazanych portalach internetowych.
- 2) opracowanie projektów tekstów i szaty graficznej artykułów - na podstawie danych tekstowych i fotografii przekazanych przez Zamawiającego, (ze szczególnym uwzględnieniem przekazanych Wykonawcy logotypów),
- 3) opracowanie projektów banerów reklamowych - na podstawie danych tekstowych i fotografii przekazanych przez Zamawiającego,
- 4) uzgadnianie z Zamawiającym ww. projektów – aż do momentu uzyskania jego akceptacji.
- 5) emisja drukowana i internetowa artykułów - w terminach uzgodnionych z Zamawiającym,
- 6) każdorazowo, po emisji artykułów w wersjach drukowanych oraz w Internecie:
 - dostarczenie Zamawiającemu: po 1 egz. każdej gazety
 - dostarczenie Zamawiającemu zrzutów ekranów, potwierdzających zamieszczenie banerów oraz artykułów na portalach internetowych.
- 7) Zamawiający dopuszcza realizację przedmiotu zamówienia przy pomocy Podwykonawców, za działania których, w stosunkach z Zamawiającym – odpowiada jak za działania własne.

Dostarczone egzemplarze gazety oraz zrzuty ekranów, powinny stanowić załącznik do wystawionej faktury. Faktura, która zostanie przedłożona bez egz. gazety oraz bez zrzutów z ekranu - nie będzie skierowana do płatności i zostanie zwrócona wystawcy.

SZCZEGÓŁY SPOSOBU REALIZACJI ZAMÓWIENIA, PŁATNOŚCI I INNE – ZAWARTE W UMOWIE.