



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 67 184 (120)

Fax: 91 44 67 185

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

strona internetowa: www.przetargi.wzp.pl

Szczecin, dnia 29 lipca 2015 r.

Znak sprawy: WOIRZL-II.272.25.2015.SK

Dotyczy: Postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego o wartości poniżej 207.000 euro „Przeprowadzenie działań ambientowych polegających na ekspozycji kreatywnych reklam wielkopowierzchniowych przez okres 2 miesięcy na autobusach przegubowych komunikacji miejskiej w miastach wskazanych przez Zamawiającego”.

**Odpowiedzi na pytania Wykonawców
zmiana Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia
oraz zmiana terminu składania i otwarcia ofert**

Zgodnie z art. 38 ust. 2, ust. 4 oraz ust. 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 oraz zmienia treść SIWZ:

Pytanie nr 1:

Realny czas rozpoczęcia i zakończenia ekspozycji.

Przy założeniu, że decyzja o wyborze wykonawcy zapadnie do 7 sierpnia, to umowa z nim zostanie podpisana do 13.08. Czas na przygotowanie i zatwierdzenie projektów, przy tak dużej różnorodności typów pojazdów i powierzchni do oklejenia, to co najmniej 7 dni. Druk przygotowanych projektów to kolejnych kilka dni. To oznacza, że realnie ekspozycja może się zacząć dopiero od 1 września, a zakończyć 30.10. Czy dopuszczacie Państwo takie przesunięcie?. To istotne dla dostępności i rezerwacji nośników.

Odpowiedź na pytanie nr 1:

Zamawiający uznaje zgłaszaną uwagę jako zasadną. Z załącznika nr 7 – Opisu przedmiotu zamówienia (zwany dalej „OPZ”) rozdz. IV, pkt 7, lit. b winien być wykreślony termin 18 października. Wykonawca powinien kierować się terminami określanymi w dniach - OPZ rozdz. IV, pkt 7, lit. b. Zamawiający dokonuje zmiany treści SIWZ – załącznika Nr 7 – OPZ **poprzez wykreślenie następującego zapisu:**

„Działania ambientowe (tj. ekspozycję reklamy) należy zakończyć maksymalnie (nie później niż) w dniu 18 października.”

Pytanie nr 2:

W części miast, reklamy nie można umieszczać na autobusach przegubowych lub nie ma już takich autobusów dostępnych pod kolejną kampanie. Oznacza to konieczność wykorzystania autobusów „krótkich” lub przewoźników podmiejskich. W jaki sposób (czy w ogóle) należy zaznaczyć w składanej ofercie jaki zakres usług został ostatecznie wyceniony w danym mieście?

Odpowiedź na pytanie nr 2:

Zamawiający traktuje przedmiot zamówienia jako całość, zatem w ofercie nie umieszcza się poszczególnych pojazdów. Przedstawiona przez Wykonawcę oferta musi być zgodna z OPZ, także ze wszystkimi zastrzeżeniami w nim przedstawionymi.

Pytanie nr 3:

Powyższego dotyczy też sytuacja gdzie autobusów przegubowych dostępnych do oklejenia zostało dosłownie 5. To oznacza, że rezerwacje na nie może zrobić tylko jeden wykonawca. Cała reszta zgodnie z zapisami SIWZ dokona rezerwacji i wyceny u innego np. podmiejskiego przewoźnika. W efekcie nie będzie można porównać złożonych ofert pod względem kosztów, bo będą dotyczyły innych przewoźników i powierzchni oklejania. Jak Państwo zamierzacie dokonać rzetelnej oceny złożonych ofert, nie wiedząc de facto jakich przewoźników, typów pojazdów oraz zakresu powierzchni one dotyczą?

Odpowiedź na pytanie nr 3:

Niestety, Zamawiający nie ma wpływu na ilość autobusów komunikacji miejskich kursujących w danych lokalizacjach. W trosce o poszanowanie zasady zachowania uczciwej konkurencji Zamawiający daje oferentom możliwość skorzystania z innych pojazdów, w przypadku braku tych pierwotnie wskazywanych przez Zamawiającego. Kryterium równie istotnym przy ocenie ofert będą projekty reklam, zatem na wybór wykonawcy złożą się więcej czynników.

Pytanie nr 4:

W przypadku Warszawy ZTM zezwala na oklejanie jedynie tyłów autobusów. Zatem maksymalna możliwa do oklejania powierzchnia u każdego przewoźnika miejskiego to Fullback. Czy w takiej sytuacji należy uwzględnić w ofercie fullback czy szukać przewoźników podmiejskich umożliwiających oklejenie całych pojazdów?

Odpowiedź na pytanie nr 4:

Biorąc pod uwagę powyższe, w gestii Wykonawcy pozostaje wybranie rodzaju pojazdu. Korzystając z usług ZTM Warszawa Wykonawca spełni kryterium korzystając z maksymalnie dużej powierzchni pojazdu komunikacji miejskiej. Wykonawca spełni również wskazane kryterium w przypadku gdy

skorzysta z komunikacji podmiejskiej przy wykorzystaniu reklamy całopojazdowej z zastrzeżeniem, że przedstawi Zamawiającemu potwierdzenie uzyskane od ZTM Warszawa o braku możliwości skorzystania z reklamy całopojazdowej na autobusach komunikacji miejskiej w Warszawie.

Pytanie nr 5:

W jednym z miast na południu można oklejać jedynie Autobusy krótkie ale dopiero od 1 września (zaczynają kursować po zakończeniu wakacji). Czy brać pod uwagę ten przesunięty termin, czy należy szukać przewoźników podmiejskich?

Odpowiedź na pytanie nr 5:

Rozpoczęcie działań musi być zgodne z OPZ w dniach wskazanych w rozdz. IV, pkt 7, lit. b., co oznacza brak wskazania konkretnej daty.

Pytanie nr 6:

W innym mieście gdzie występuje tylko jeden przewoźnik miejski nie ma już żadnych wolnych autobusów do oklejenia. Transport podmiejski jest realizowany na mikrobusach. Czy dopuszczacie Państwo umieszczanie reklam na mikrobusach?

Odpowiedź na pytanie nr 6:

Zamawiający jako autobusy rozumie pojazdy do przewozu osób jednakże o dopuszczalnej masie całkowitej powyżej 3,5t, zatem należy korzystać z maksymalnie dużych, dostępnych powierzchni reklamowych.

Pytanie nr 7:

Czy pisząc Gdańsk macie Państwo na myśli stricte miasto Gdańsk, czy całe Trójmiasto?

Odpowiedź na pytanie nr 7:

Wskazując Gdańsk, Zamawiający miał na myśli konkretnie Gdańsk, jako stolicę województwa pomorskiego, jednakże przy udowodnionym braku możliwości zarezerwowania autobusów komunikacji miejskiej w Gdańsku, biorąc pod uwagę dystans pomiędzy Gdańskiem a Gdynią wynoszący 20 km oraz Gdańskiem a Sopotem wynoszący 11 km możliwym jest uznanie komunikacji Gdynińskiej i Sopotkiej za komunikację podmiejską dla Gdańska (zgodnie z zapisem OPZ – rozdz. IV, pkt 3, mówiącym o oddaleniu 30 km od wskazanej lokalizacji).

Pytanie nr 8:

Podobne pytanie dla Katowic – stricte Katowice czy także Gliwice, Sosnowiec, Zabrze, Bytom etc?

Odpowiedź na pytanie nr 8:

Sytuację należy potraktować analogicznie do odpowiedzi na pytanie nr 7, jeśli nie ma możliwości rezerwacji komunikacji miejskiej, można skorzystać z komunikacji podmiejskiej w oddaleniu do 30 km od wskazanej lokalizacji. Ze względu na specyfikę wskazanych aglomeracji Zamawiający dopuszcza skorzystanie a autobusów kursujących na obszarze aglomeracji.

Pytanie nr 9:

Zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia materiałem użytym do wydruku reklamy ma być folia one way vision (OWV).

Folia OWV ze względu na przepuszczalność światła jest materiałem używanym do oklejania szyb, na pozostałe elementy pojazdu stosuje się zwykle inny materiał taki jak folia poliestrowa drukowana z laminatem lub folia wylewana (na przetłoczenia).

Zgodnie z OPZ reklama ma być całopojazdowa z szybami po stronie autobusu plus tył bez drzwi.

Uprzejmie proszę o wyjaśnienie:

Czy autobusy mają być oklejone reklamą na całej dostępnej powierzchni z zewnątrz, a szyby od wewnątrz?

Czy może całość reklamy ma być wewnątrz autobusu i być umieszczona wyłącznie na szybach i wykonana z materiału OWV?

Czy dopuszcza się użycie innego materiału np folii poliestrowej lub wylewanej na powierzchni, na której nie ma potrzeby przepuszczalności światła (nie szyby)?

Odpowiedź na pytanie nr 9:

Nośniki reklam tj. autobusy należy okleić z zewnątrz (jednolita powierzchnia wpłynie na estetykę ogólną). Przedmiot zamówienia stanowi reklama całopojazdowa, rozumiana jako reklama zewnętrzna. Zamawiający dopuszcza użycie folii równoważnej do folii OWV – jednakowo wytrzymałej, o jednakowej przepuszczalności światła, przeznaczonej do zadruku, odpornej na warunki atmosferyczne.

Powyższe wyjaśnienia stają się częścią SIWZ wiążącą dla Wykonawców. Wykonawcy są zobowiązani uwzględnić powyższe zmiany podczas sporządzania ofert.

Mając powyższe na uwadze, Zamawiający zmienia termin składania i otwarcia ofert. Oferty należy składać w terminie do dnia **4 sierpnia 2015 r.** do godziny **11.00** 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. 4 sierpnia 2015 r.**) o **godzinie 11.30** w pok. 308 w budynku Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego, ul. Piłsudskiego 40 – 42, 70 – 421 Szczecin.

WICEMARSZAŁEK

Jarosław Rzepa

.....
Kierownik Zamawiającego

Załączniki:

Ogłoszenie o zmianie ogłoszenia.

Proszę o zwrotne potwierdzenie otrzymania niniejszego pisma na nr faksu: 091 44 67 185

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

.....

podpis osoby przyjmującej korespondencję oraz pieczętka firmy