



ZARZĄD
WOJEWÓDZTWA
ZACHODNIOPOMORSKIEGO

Znak sprawy: WOIRZL-II.272.07.2014.KW

Szczecin, dnia 6 marca 2014 r.

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 67 120
Fax: 91 44 67 185
adres e-mail: zamowienia.publiczne@wzp.pl
strona internetowa: www.przetargi.wzp.pl

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego o wartości powyżej 207.000 euro na przeprowadzenie „Krajowej kampanii promocyjnej Województwa Zachodniopomorskiego”.

Odpowiedzi na pytania, zmiana SIWZ, zmiana ogłoszenia o zamówieniu

Na podstawie art. 38 ust.1, 2 i 4 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych (tekst jedn.: Dz. U. z 2013 r., poz. 907: dalej ustawa PZP) Zamawiający:

I. Udziela następującej odpowiedzi na zadane pytania i zmienia treść SIWZ:

Pytanie 1:

Na jakiej podstawie Zamawiający stwierdza, że Wykonawcy, którzy wykonali kampanie reklamowe poniżej np.: 4 000 000,00 zł nie będą w stanie wykonać zamówienia i nie dopuszcza ich do udziału w postępowaniu? Obecny zapis pkt. VIII 1. 2) SIWZ jest niezgodny z zasadami uczciwej konkurencji oraz równym traktowaniu wykonawców w myśl art. 7 ust. 1 upzp? Zapis ten ogranicza dostęp do udziału w postępowaniu innym wykonawcom, którzy wykonali kampanie reklamowe lub promocyjne z należytą starannością ale na niższą kwotę. Wykonanie zamówienia na kwotę wyższą niż 4 000 000,00 zł nie oznacza, że Wykonawca posiada niezbędną wiedzę i doświadczenie w wykonywaniu usług. Wykonawcy mogą na czas realizacji zamówienia korzystać z wiedzy i doświadczenia innych podmiotów, lecz podmioty które posiadają realizację usługi powyżej 4 000 000,00 zł same wezmą udział w/w postępowaniu. Czy zatem Zamawiający rozpiął je tylko dla tych Wykonawców ograniczając dostęp pozostałym?

Prosimy o modyfikację warunków udziału w postępowaniu zgodnie z przepisami upzp tj. „zrealizował kampanie reklamowe na łączną kwotę 2 000 000, 00 zł brutto.”

Odpowiedź 1:

Warunki udziału w postępowaniu mają charakter podmiotowy i ich celem jest wybór wykonawcy zdolnego do wykonania zamówienia publicznego, który także daje gwarancję prawidłowego jego wykonania. Jak wynika z art. 22 ust 4 ustawy PZP opis sposobu dokonania oceny spełniania warunków powinien być związany z przedmiotem zamówienia oraz proporcjonalny do przedmiotu zamówienia, co w oczywisty sposób nie jest jednoznaczne z koniecznością zapewnienia możliwości dostępu do realizacji zamówienia wszystkim podmiotom działającym na rynku w danej branży.

Treść warunku udziału w postępowaniu w zakresie wiedzy i doświadczenia spełnia ww. ustawowe wymogi i nie narusza zasad udzielania zamówień, w tym przede wszystkim nie narusza zasady uczciwej konkurencji i równego traktowania Wykonawców.

Powyższe potwierdza fakt, że ów warunek był w niezmienionej formie postawiony w unieważnionym postępowaniu dot. tego samego przedmiotu zamówienia – znak: WOIRZL-II.272.76.2013.KW i w odpowiedzi na ogłoszenie o zamówieniu (ogłoszenie nr 2013/S 197-340644 z dn. 10.10.2013 r.) do Zamawiającego wpłynęło 6 ofert.

Pytanie 2:

Zamawiający przez zapis „zrealizował kampanie reklamową” rozumie, że Wykonawca był autorem kreacji oraz przygotował lub zlecił przygotowanie media planów (...) zapis ten łączy dwie usługi, które należy odczytywać z osobna, a mianowicie autora kreacji i przygotowanie media planów (...) Przy tak brzmiącym pkt. VIII 1.2) Zamawiający dopuszcza tylko autorów kreacji którzy zlecieli przygotowanie media planów, natomiast z udziału wykluczeni są wykonawcy, którzy przygotowują media plany i mogą zlecić kreację.

Odpowiedź 2:

Patrz odpowiedź na pytanie 1.

Pytanie 3:

W pkt 6.3 „Reklama internetowa” Zamawiający pisze, że należy dobierać witryny/portale ogólnopolskie, o jak najwyższym dopasowaniu tematycznym do specyfiki i tematyki kampanii i grup docelowych.

Dalej, w tym samym punkcie zamawiający informuje o priorytecie mediowym w planowaniu kampanii internetowej: kampanię należy zaplanować w taki sposób, aby uzyskać jak największą liczbę wyświetleń reklamy w grupie docelowej.

Mając na celu maksymalizację liczby wyświetleń, wykonawca może zaplanować kampanię np. na portalach ogólnopolskich (które w różnym stopniu zawierają treści tematyczne), na których liczba odsłon w grupie docelowej będzie znacznie większa niż liczb odsłon w grupie docelowej na portalach poświęconych wyłącznie tematyce kampanii.

Emisja na wortalach tematycznych jest droższa w porównaniu z reklamą na portalach ogólnych, co wpływa na kolejne kryterium oceny oferty – cenę.

Zatem w jaki sposób oceniany będzie stopień dopasowania tematycznego poszczególnych portali, skoro to kryterium wpływa pośrednio na punktację przedstawionej oferty?

Czy też wykonawca może zaproponować szerokozasięgowe portale ogólnotematyczne, które w mniejszym stopniu są dopasowane tematycznie, ale dostarczą więcej wyświetleń reklamy w grupie docelowej?

Odpowiedź 3:

Emisja na portalach ogólnotematycznych, ale dopasowanych tematycznie zwiększa grono odbiorców kampanii. Wykonawca może zaproponować szerokozasięgowe portale ogólnotematyczne, które w mniejszym stopniu są dopasowane tematycznie, ale dostarczą więcej wyświetleń reklamy w grupie docelowej.

Pytanie 4:

W załączniku 1b dla kampanii internetowej należy wskazać liczbę wyświetleń.

Czy powinna to być liczba wszystkich wyświetleń jakie zostaną wyemitowane w kampanii czy też wykonawca powinien podać liczbę wyświetleń w grupie docelowej obliczonych na podstawie najnowszej fali badania Megapanel PBI?

Odpowiedź 4:

Wykonawca powinien podać liczbę wyświetleń w grupie docelowej na podstawie najnowszej fali badania Megapanel PBI.

Pytanie 5:

W punkcie 7 OPZ Zamawiający określa, iż w celu badania wskaźników internetowych należy korzystać z badań Megapanel PBI/Gemius.

Proszę o precyzyjne określenie fali badawczej Megapanel PBI/Gemius, na podstawie której powinny być prowadzone wyliczenia odsłon w grupie celowej dla danej pozycji w planie mediowym.

Uważamy, że ustandaryzowanie fali wykluczy sytuacje, w których ta sama pozycja (np. Onet.pl) będzie zawierała istotne różnice w dopasowaniu odsłon w grupie celowej w zależności od analizowanej fali badawczej.

Odpowiedź 5:

Dla komponentu Turystyka wyliczenia odsłon powinny być prowadzone na podstawie fali badawczej Megapanel PBI Gemius za czerwiec 2014.

Dla komponentu Gospodarka wyliczenia odsłon powinny być prowadzone na podstawie fali badawczej Megapanel PBI Gemius za październik 2014.

Pytanie 6:

W p-punkcie 10 b) OPZ Zamawiający zastrzega, iż w terminie do 40 dni kalendarzowych od początku nowego miesiąca następującego po miesiącu, w którym zostały zakończone wszystkie działania, Wykonawca dostarczy częściowe bądź końcowe sprawozdanie, zawierające wykaz wszystkich emisji wraz z kosztami [...].

Czy w przypadku działań w Internecie Zamawiający oczekuje aby był to raport zawierający wszystkie emisje czy emisje w grupie celowej?

Jeśli Zamawiający miał na myśli sprawozdanie z odsłon w grupie celowej, to będzie to niemożliwe z technicznego punktu widzenia. Ma to związek z terminem publikacji przez PBI/Gemius kolejnych fal badań Megapanel.

Otóż, poślizg ten trwa ok. 3 miesiące, zatem raport z dopasowania odsłon w grupie celowej kampanii reklamowej emitowanej w marcu opublikowany będzie na przełomie czerwca i lipca.

Jest to znacznie później niż przewidziane 40 dni od początku nowego miesiąca po miesiącu, w którym zostały zakończone dane działania.

Odpowiedź 6:

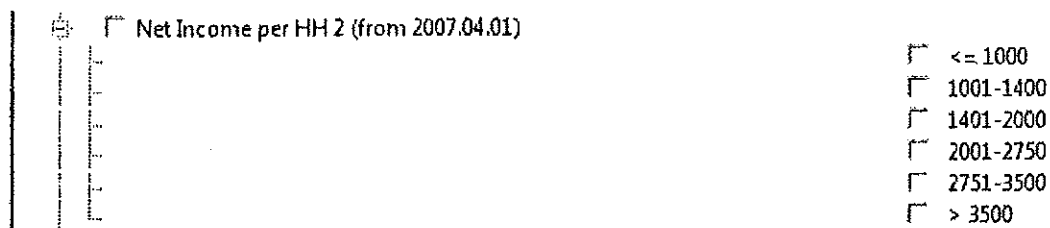
Zamawiający w odpowiedzi na pytanie dokonuje zmiany SIWZ w następującym zakresie:

W rozdziale XXI SIWZ „Informacja o obowiązkach osobistego wykonania przez wykonawcę kluczowych części zamówienia. Wskazanie części zamówienia, która może być powierzona podwykonawcom. Zmiany umowy” dodaje pkt 6 o treści:

Zamawiający przewiduje możliwość zmiany terminu – przedłużenia czasu na przedłożenia sprawozdań, o których mowa w pkt 10 a) i b) opisu przedmiotu zamówienia (załącznik nr 5 do SIWZ) oraz §4 ust 10 i 11 wzoru umowy (załącznik nr 9 do SIWZ) w przypadku nastąpienia niezależnych od Wykonawcy opóźnień w terminie publikacji raportu z badań Megapanel PBI/Gemius. Niniejsza zmiana nie będzie traktowana jako zmiana umowy, a jako jej realizacja. W konsekwencji będzie wymagała jedynie pisemnej akceptacji Zamawiającego, bez konieczności zawarcia aneksu w tym zakresie.

Pytanie 7:

„W załączniku nr 5 do SIWZ (Opis przedmiotu zamówienia) w punkcie: „3.2 Mediowe grupy docelowe” są sprecyzowane telewizyjne grupy docelowe zawierające kryterium dochodu 2400+ (określone jako Net Income per HH2 – definicja NAM)
Niestety nie ma takiego przedziału dla definicji HH2.



Możliwe dostępne dla HH2 są zakresy:

<= 1000
 1001-1400
 1401-2000
 2001-2750
 2751-3500
 >3500

Czy nastąpiła pomyłka i chodzi o zakres 1400+?

Czy należy stworzyć definicję najbliższą wskazanej, co w tym przypadku daje kryterium 2500+ korzystając z definicji HH3?"

Odpowiedź 7:

Definicja telewizyjnej grupy docelowej została sformułowana przez Zamawiającego w konsultacji z AGB. Jeśli jednak Wykonawca uważa, że nie istnieje możliwości określenia dochodów jako „NET Income per HH 2400+” należy przyjąć zmienną jak najbardziej zbliżoną do niej, w tym wypadku „NET Income per HH 2501+”. Zmiana ww. zmiennej może nastąpić jedynie w sytuacji, kiedy faktycznie nie ma możliwości zastosowania zmiennej podanej w SOPZ.

II. Zmienia treść ogłoszenia o zamówieniu:

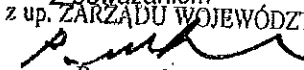
Zamawiający dokonuje zmiany ogłoszenie o zamówieniu poprzez dodanie informacji o przeprowadzonym dialogu technicznym.

Powyższe odpowiedzi, zmiany stają się częścią SIWZ wiążącą dla Wykonawców.

Zamawiający nie zmienia terminu składania i otwarcia ofert.

Oferty należy składać w terminie do dnia 3 kwietnia 2014 r. do godziny 12.00 w budynku Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego, ul. Piłsudskiego 40 – 42, 70 – 421 Szczecin (pok. nr 343).

Otwarcie ofert jest jawne i nastąpi tego samego dnia tj. 3 kwietnia 2013 r. o godzinie 13.00 w budynku Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego, ul. Piłsudskiego 40 – 42, 70 – 421 Szczecin (pok. nr 308).

Z poważaniem
 z up. ZARZĄDU WOJEWÓDZTWA

 Przemysław Włosek...
 Sekretarz Województwa
 Kierownik Zamawiającego

Załączniki:

- ogłoszenie o zmianie ogłoszenia o zamówieniu