



Warszawa, 27 stycznia 2011r.

Znak sprawy: 73/10

ODPOWIEDZI NA PYTANIA WYKONAWCÓW

„Zakup mediów w ramach kompleksowej wizerunkowo-produktowej kampanii multimedialnej”

W postępowaniu na „Zakup mediów w ramach kompleksowej wizerunkowo-produktowej kampanii multimedialnej”, wpłynęły do Zamawiającego pytania następującej treści:

Pytanie 1:

Mam pytanie dotyczące długości spotów do emisji, w SiWz długość ta jest określona na 45sekund, w jednym z krajów nie ma możliwości emisji w TV takiej długość, czy wykonawca ma zaproponować zbliżoną długość?

Odpowiedź na pytanie 1:

Zgodnie z zasadami przyjętymi w postępowaniu, jeżeli spełnienie jakiegoś kryterium w jednym lub więcej krajów nie jest możliwe, Wykonawca zobowiązany jest zaproponować rozwiązanie najbardziej zbliżone do wymaganego (zob. np. wymagania dotyczące definicji grupy docelowej, Załącznik nr 1, Szczegółowy Opis Zadania, pkt. 9). Z powodu problemów z zakupem formatu 45 sekund na rynku brytyjskim, Zamawiający za najbardziej zbliżony format na rynku brytyjskim uznaje 40 sekund lub 50 sekund. Oferenci mają zatem swobodę wyboru jednego z tych dwóch formatów, powinni jednak zaznaczyć w ofercie, jaki format uwzględnili.

Pytanie 2:

do załącznika nr 1 pkt. 14 dotyczącego akceptowalnych technologii pomiaru liczby kliknięć: czy istnieje możliwość korzystania z alternatywnych systemów zliczania kliknięć w kampanii:

W kampaniach CPM i CPC:

BBelements
Adspirit,
Smartadserver
Gemius Direct Effect

SEM Adwords:

Google Adwords

Odpowiedź na pytanie 2:

Zamawiający dopuszcza zastosowanie alternatywnych systemów zliczania kliknięć z zastrzeżeniem, że taki system musi umożliwiać śledzenie szczegółowych statystyk i przebiegu kampanii oraz Zamawiający powinien mieć możliwość wglądu w konto w danym systemie.

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego Innowacyjna Gospodarka 2007-2013

Pytanie 3:

Do pkt. 12.1.d) dotyczącego sposobu obliczania punktów uzyskanych w OOH na podstawie budżetu zakupu tablic w kampanii outdoorowej np. na rynku niemieckim – tj. maksymalnie 3 punkty (cena oferty najtańszej podzielona przez cenę oferty badanej pomnożona przez 3 punkty): w jaki sposób będą porównywane budżety zakupu różnych rodzajów nośników, SIWZ dopuszcza nie tylko tablice różnego formatu, ale również nośniki mobilne, których jakość, ceny jak i skuteczność mogą się różnić diametralnie?

Odpowiedź na pytanie 3:

Zasady punktacji są tak skonstruowane, aby zwiększenie liczby nośników outdoorowych nie było dokonywane za cenę bardzo znacznego zwiększania budżetu przeznaczonego na outdoor, ponieważ medium to ma pełnić w naszej kampanii rolę jedynie pomocniczą - celem jest maksymalizacja liczby nośników, aby w stolicach państw zwiększyć zasięg kampanii. Dlatego z jednej strony punktowana jest liczba nośników (im więcej, tym lepiej), a z drugiej strony budżet (im mniejszy, tym lepiej). Wykonawcy mają swobodę doboru tablic/nośników, o ile spełnią wymagania określone w SIWZ.

Powyższe odpowiedzi obowiązują wszystkich wykonawców. W przypadkach w których niniejsze odpowiedzi różnią się od zapisów SIWZ należy uznać, że do SIWZ jest wprowadzana zmiana. Ponieważ zapisy powyższe nie budziły wcześniej wątpliwości wykonawców, Zamawiający uznaje, że nie jest wymagany dodatkowy czas na przygotowanie ofert, w związku z czym dotychczasowy termin składania ofert zostaje utrzymany.

Jednocześnie zamawiający przypomina, że w myśl postanowień art. 38 ust 1a ustawy Prawo zamówień publicznych, Zamawiający nie ma obowiązku udzielania wyjaśnień na zapytania, które wpłynęły do Zamawiającego w terminie późniejszym niż do końca dnia, w którym upływa połowa wyznaczonego terminu składania ofert.

Kierownik Zamawiającego

PREZES
Polskiej Organizacji Turystycznej

Rafał Szmytke

Biuro Finansowe

Paweł Goła
Starszy Specjalista ds. zamówień publicznych
Paweł Goła

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego Innowacyjna Gospodarka 2007-2013

Polska Organizacja Turystyczna
ul. Chałubińskiego 8
00-613 Warszawa

Tel. 022 536 70 70
faks 022 536 70 03
www.pot.gov.pl