



PAŃSTWOWA JEDNOSTKA BUDŻETOWA
CENTRUM PROJEKTÓW EUROPEJSKICH

Warszawa, dn. 30 kwietnia 2012 r.

CPE-II-261-28/PM/12

Wykonawcy ubiegający się o udzielenie zamówienia

Szanowne Państwo!

dot. postępowania o udzielenie zamówienia publicznego nr CPE-II-261-33/PM/12: zakup powierzchni reklamowej, opracowanie i publikację ogłoszeń prasowych i insertów oraz przygotowanie i realizację internetowej kampanii promocyjnej w sieciach kontekstowych na rzecz Centralnego Punktu Informacyjnego.

Uprzejmie informuję, że w trakcie trwania przedmiotowego postępowania, do zamawiającego wpłynęły następujące zapytania, które przedstawiam poniżej wraz z odpowiedziami:

W ZAKRESIE CZĘŚCI II ZAMÓWIENIA:

Pytanie:

Co Zamawiający rozumie pod pojęciem „przygotowania do druku projektu graficznego insertu przekazanego przez Zamawiającego”? Czy Zamawiający miał na myśli dostosowanie techniczne, czy też przygotowanie projektu reklamy z materiałów dostarczonych przez Zamawiającego?

Odpowiedź:

Zamawiający dysponuje gotowym graficznym projektem insertu, zatem przytoczony fragment opisu odnosi się do dostosowania technicznego.

Pytanie:

Odnosnie średniego jednorazowego nakładu za IV kwartał – czy Zamawiający dopuszcza określenie tego nakładu na terenie Warszawy i najbliższych okolic i czy dopuszcza insertowanie w Warszawie i okolicach?

Odpowiedź:

Zamawiający dopuszcza podanie nakładu za IV kwartał uwzględniający nie tylko teren Warszawy, ale i najbliższych okolic, pod warunkiem, że „najbliższe okolice” oznaczają obszar w odległości do ok. 15 km od granic miasta Warszawy. Ponadto, Zamawiający dopuszcza insertowanie w najbliższych okolicach Warszawy, jednakże zaznacza, że większość nakładu insertu powinna zostać rozdystrybuowana na terenie Warszawy.



W ZAKRESIE CZĘŚCI III ZAMÓWIENIA:

Pytanie:

Poproszę o informację jaki przewidują Państwo czas na realizację tej kampanii?

Odpowiedź:

Zamawiający przewiduje prowadzenie kampanii do wyczerpania budżetu przeznaczanego na sfinansowanie przedmiotowego zamówienia, jednak nie dłużej niż do połowy listopada 2012 r. Jednakże, po upływie minimalnego czasu prowadzenia kampanii, Zamawiający przewiduje przeprowadzenie oceny skuteczności i terminu osiągnięcia celu kampanii, o ile w ciągu 4 tygodni nie zostanie on osiągnięty, po czym zdecyduje, czy ją kontynuować, i ew. do kiedy. Decyzja o zakończeniu kampanii zostanie podjęta z uwzględnieniem celowości jej trwania w okresie letnim.

Pytanie:

Czy Zamawiający dopuszcza samą reklamę tekstową w sieci kontekstowej?

Odpowiedź:

Zamawiający nie dopuszcza takiej możliwości.

Pytanie:

W związku z tym, że sieć kontekstowa Google nie dopuszcza możliwości limitowania odstępów reklamy poprzez capping, wnosi się o zmianę SIWZ w taki sposób, by przedmiot zamówienia zgodny był z wytycznymi i sposobem działania Google.

Odpowiedź:

W związku ze zgłoszoną uwagą, Zamawiający zmienia treść SIWZ – w części III zamówienia, w p. V.1 załącznika nr 3 do umowy, z:

- capping – 2,
na
- capping - 2 na dzień, o ile zastosowana sieć kontekstowa dopuszcza możliwość ograniczania liczby wyświetleń reklamy pojedynczemu użytkownikowi.

2 porównania
wz. Dyrektora
Rafał Kociucki
Zastępca Dyrektora
Centrum Projektów Europejskich