



PAŃSTWOWA JEDNOSTKA BUDŻETOWA
CENTRUM PROJEKTÓW EUROPEJSKICH

Warszawa, dn. 6 marca 2013 r.

CPE-II-261-21/PM/13

Wykonawcy ubiegający się o udzielenie zamówienia

dot. postępowania o udzielenie zamówienia publicznego nr CPE-II-261-21/PM/13: przygotowanie, organizacja i promocja gier miejskich dot. projektów realizowanych w ramach Programu Współpracy Transgranicznej Rzeczpospolita Polska – Republika Słowacka 2007-2013.

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

Pytanie:

Proszę o doprecyzowanie definicji „kampania reklamowa na profilach Facebook”. Czy jako taką można traktować zlecone przez Klienta na czas określony działania promocyjne dotyczące stworzenia i prowadzenia fanpage wraz z takimi działaniami jak bieżąca komunikacja ze subskrybentami oraz konkursy?

Odpowiedź:

Nie, Zamawiający nie traktuje stworzenia i prowadzenia fanpage'a jako wymaganej kampanii reklamowej na profilach Facebook.

Pytanie:

Na jakiej podstawie dokonywana jest weryfikacja tego jakiej wartości była zrealizowana kampania reklamowa na profilach Facebook?

Odpowiedź:

Zgodnie z Rozporządzeniem Prezesa Rady Ministrów z dnia 19 lutego 2013 r. w sprawie rodzajów dokumentów, jakich może żądać zamawiający od wykonawcy, oraz form, w jakich te dokumenty mogą być składane, jak również na podstawie art. 25 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 z późn. zm.) w celu oceny spełniania przez wykonawcę warunków, o których mowa w art. 22 ust. 1 ustawy pzp zamawiający żąda od wykonawcy przedstawienia wykazu wykonanych, a w przypadku



świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonywanych, usług, w okresie ostatnich trzech lat, przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, polegających na przeprowadzeniu co najmniej dwóch kampanii reklamowych na profilach Facebook, każda z nich o wartości minimum 10 000 zł brutto, wraz z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których usługi zostały wykonane. Wykonawca musi załączyć dowody potwierdzające, że usługi zostały wykonane lub są wykonywane należycie.

W razie konieczności, szczególnie gdy wykaz lub dowody budzą wątpliwości zamawiającego lub gdy z poświadczenia albo z innego dokumentu wynika, że zamówienie nie zostało wykonane lub zostało wykonane nienależycie, zamawiający może zwrócić się bezpośrednio do właściwego podmiotu, na rzecz którego usługi były lub miały zostać wykonane, o przedłożenie dodatkowych informacji lub dokumentów bezpośrednio zamawiającemu.

Jednocześnie przypominam, iż wykazując (m.in.) spełnienie warunku posiadania wiedzy i doświadczenia, wykonawca pod groźbą odpowiedzialności karnej oświadcza, że załączone do oferty dokumenty opisują stan prawny i faktyczny aktualny na dzień upływu terminu składania ofert (art. 297 k.k.).

Pytanie:

Czy jeśli prowadzenie działań reklamowych na profilach Facebook było jednym z bardzo ważnych elementów realizowanego zlecenia, ale nie zostało wycenione jako osobna pozycja w kosztorysie i jeśli kosztorys całościowy zlecenia jest kilkukrotnie wyższy od oczekiwanej wartości 10 000 zł brutto to może być to uznane za spełnienie warunku w zakresie wiedzy i doświadczenia?

Odpowiedź:

Wykonawca musi przedstawić dokładną wartość brutto danej kampanii reklamowej na profilu Facebook, nie sumując tej wartości z innymi elementami danego zamówienia o ile one miały miejsce.

Pytanie:

W załączniku nr 1 do umowy - Szczegółowy Opis Zamówienia w sekcji "Promocja medialna wydarzenia" Zamawiający pisze:

"(...) Wkładka musi być dwukrotnie zapowiedziana za pomocą specjalnie wydzielonej powierzchni reklamowej w przeddzień i w dniu ukazania się wkładki na pierwszej stronie w każdym z tytułów dzienników odpowiadających regionom, w którym się pojawi, przy czym minimalna wielkość powierzchni reklamowej to 260cm² (+/-5cm²)."

Czy powierzchnia reklamowa 260cm² (+/-5cm²) jest to powierzchnia łączna zapowiedzi w przeddzień wydarzenia i w dniu wydarzenia, czy chodzi o powierzchnię 260cm² (+/-5cm²) każdorazowej zapowiedzi?

Czy w przypadku jeżeli jest to każdorazowa zapowiedź wkładki o powierzchni 260cm² (+/-5cm²), zapowiedź przeddzień wydarzenia może zostać pomniejszona do około 102cm² lub przeniesiona na stronę redakcyjną w żądanej wielkości (powierzchni 260cm² (+/-5cm²) z dodatkową zapowiedzią takowej emisji na pierwszej stronie o powierzchni ok. 20cm²?



Odpowiedź:

Powierzchnia 260cm² (+/-5cm²) jest powierzchnią każdorazowej zapowiedzi.
Zamawiający nie dopuszcza zmniejszenia powierzchni zapowiedzi jak również przeniesienia jej na inną stronę.

Pytanie:

W załączniku nr 1 do umowy - Szczegółowy Opis Zamówienia w sekcji "Promocja medialna wydarzenia" Zamawiający pisze:

"(...) przygotowanie i przeprowadzenie internetowej graficznej kampanii informacyjnej na lokalnych serwisach odpowiadających regionom (co najmniej dwa różne serwisy w każdym regionie), w których rozgrywane będą gry. Kampania musi się rozpocząć na co najmniej 2 tygodnie przed rozpoczęciem a zakończyć w dniu organizacji gry w każdym z miast. Ma być prowadzona w formacie nie mniejszym niż 740X150px, w ilości nie mniejszej niż 900 000 odsłon na wszystkich lokalnych serwisach oraz w formacie nie mniejszym niż 250x299px, w ilości nie mniejszej niż 900 000 odsłon na wszystkich lokalnych serwisach i będzie stanowić zaproszenie do udziału w grach."

Czy kampania w formacie nie mniejszym niż 740X150px i w formacie nie mniejszym niż 250x299px, łącznie mają mieć 900 000 odsłon, czy każda z nich po 900 000 odsłon?

Odpowiedź:

Ilość odsłon dla każdej z prowadzonych kampanii ma być nie mniejsza niż 900 000.

z up. Dyrektora
Łukasz Dinowski
Naczelnik Wydziału Administracji
Centrum Projektów Europejskich

