



PAŃSTWOWA JEDNOSTKA BUDŻETOWA
CENTRUM PROJEKTÓW EUROPEJSKICH

Warszawa, 21 kwietnia 2011 r.

CPE-II-261-32/JM/11

Do uczestników ubiegających się o udzielenie zamówienia

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego na podstawie art. 39 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 z póź. zm.), na zakup powierzchni reklamowej w mediach drukowanych i elektronicznych celem realizacji polityki informacyjnej Programu Współpracy Transgranicznej Polska – Białoruś – Ukraina 2007 - 2013, numer postępowania CPE-261-20/JM/11

Działając na podstawie art. 38 ust. 2 ustawy Pzp Zamawiający przekazuje treść pytań jakie wpłynęły do przedmiotowego postępowania.

Pytanie nr 1

W załączniku nr 1 do SIWZ – Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia – Media elektroniczne, wymagają Państwo zakupu miejsca na reklamę w serwisach internetowych zaproponowanych gazet, oraz w dwóch najpopularniejszych na danym obszarze portalach informacyjnych. Reklama ma być wyświetlana na stałe przez 7 dni, minimalne wymiary kreacji to 200x400 px. Reklama taka jest bardzo droga. Biorąc pod uwagę tylko jeden, najpopularniejszy portal informacyjny w Polsce, koszty reklamy sięgną setek tysięcy złotych. Portal ten nie oferuje form stałych o takich wymiarach, musimy więc założyć że będzie to double billboard. Przy Państwa wymaganiach będą to miliony odsłon i koszty jak wcześniej podałem. Przykładowe ceny na portalu (reklama bez geotargetowania): Double billboard wyświetlany tylko na stronie głównej z campingiem 3 (a więc nie na stałe) przez jeden dzień kosztuje cennikowo 185 tys. zł netto, panel 330x100 px na jeden dzień na stałe (100% PV) w sekcji Wiadomości – 120 tys. zł. netto.

W całej kampanii ma być sześć portali plus serwisy internetowe gazet. Czy koszty mogą być tak wysokie? Czy można poznać wysokość środków finansowych przewidzianych na tą kampanię reklamową?



Odpowiedź

W załączniku nr 1 do SIWZ Zamawiający określił grupy, do których chciałby dotrzeć za pomocą publikowanych ogłoszeń.

Intencją Zamawiającego było pozyskanie dodatkowych możliwości dotarcia do opisanych grup docelowych także poprzez media elektroniczne, ale dedykowane tym grupom docelowym, aby nakład środków odpowiadał zamierzonym celom

Portale informacyjnych powinny pozwalać na geotargetowanie kampanii informacyjnych pod kątem dotarcia do potencjalnych wnioskodawców na części obszaru programu wskazanego w opisie danej części i charakteryzujące się największą popularnością na tym obszarze. Zamawiający nie oczekuje zatem, że opisane kryteria będą spełniać tylko najdroższe elektroniczne media komunikacji masowej. Odpowiedni media plan skonstruowany na bazie takich dedykowanych portali informacyjnych jak na przykład <http://podkarpackie.ngo.pl/> <http://www.portalsamorzadowy.pl/fundusze-europejskie/>; <http://www.rarr.rzeszow.pl/>; <http://www.pfir.bialystok.pl/> także będzie odpowiadał zamierzeniom Zamawiającego.

Ogłoszenia w regionalnej prasie drukowanej pełnią rolę główną w planie ogłoszenia kolejnego naboru wniosków, a banery prowadzące do strony internetowej Zamawiającego rolę wspierającą.

Pytanie nr 2

Reprezentuję Serwis Samorządowy PAP (www.samorzad.pap.pl) docierający do pracowników administracji w całej Polsce. Dziennie notujemy 16 000 odwiedzin strony głównej, jednak nie posiadamy ani geotargetowania, ani tytułu prasowego - drukujemy jedynie biuletyny.

Czy w związku z powyższym możemy złożyć ofertę na część I zamówienia - kampanię w mediach polskich (media elektroniczne) ??

Odpowiedź

Każda z części zamówienia składa się z zakupu powierzchni reklamowej w mediach drukowanych i mediach elektronicznych. Nie ma zatem możliwości złożenia oferty tylko na kampanię w mediach elektronicznych. Natomiast tak, samorzady to jedna z naszych grup docelowych, Państwa portal dobrze uzupełni kampanię w prasie, chyba że jest jeszcze inny portal dla samorządów (obejmujący podane regiony), który jest bardziej popularny od Państwa portalu.

Pytanie nr 3

Mamy pewne wątpliwości dotyczące czasu zlecenia zamówienia reklamy. Mianowicie, czy 3 dni podane w umowie i SIWZ to 3 dni robocze? Czy wersja graficzna z treścią, ogłoszenia będzie niezmienna przez cały czas trwania projektu? Czy jeżeli będzie zmienna, jaki macie Państwo czas na akceptację wersji graficznej?

Odpowiedź

Opracowana forma wizualna dla kampanii w Internecie nie będzie ulegać zmianie. Terminy podane w SIWZ i umowie są dniami roboczymi.

Pytanie nr 4

W opisie przedmiotu zamówienia w zadaniu media drukowane piszą Państwo że ogłoszenia mają mieć wymiar nie mniej niż 170 mm (poziom) x 260 mm (pion) oraz że mają to być strony redakcyjne, prawe. Każda z gazet posiada inną siatkę modułów nie zawsze możemy dopasować wymiar aby ogłoszenie ukazało się na stronie redakcyjnej (gazeta ma ustalone wymiary ogłoszeń które mogą się ukazać na stronach redakcyjnych).

W związku z tym proponujemy 2 możliwości:

- zmniejszyć rozmiar np. nie mniej niż 145 (poziom) x 215 mm (pion)
- zostawić rozmiar, zlecić na stronach ogłoszeniowych.

Odpowiedź

Zgodnie z SIWZ zamówienie musi zostać wykonane zgodnie z wymogami określonymi w załączniku nr 1. Są to min.:

- format reklamy junior page o wymiarach przyjętych indywidualnie przez każde wydawnictwo, ale nie mniejszych niż 170 mm (w poziomie) x 260 mm (w pionie)
- umieszczenie reklamy: grzbiet główny, strona prawa i strona redakcyjna, prawa, dolna część strony (w przypadku braku możliwości rezerwacji takiego miejsca za zgodą Zamawiającego możliwe będzie wykorzystanie innego miejsca);
- cena za zamieszczanie ogłoszenia musi być stała bez względu na stronę jego publikacji,

Jest zatem możliwa publikacja ogłoszeń przy zachowaniu warunków, jakie wyznacza każdy wydawca. Zamawiający dopuszcza drobne modyfikacje w rozmiarach ogłoszeń pod warunkiem, że powierzchnia nie ulegnie zmianie.

Pytanie nr 5

Proszę o informację dotyczącą mediów elektronicznych przedmiotu zamówienia, jeżeli dany portal nie posiada działu typu „nowości” to jaki dział mamy wziąć pod uwagę, proponujemy „wiadomości”.

Odpowiedź

Zamawiający dopuszcza publikację w dziale „wiadomości”.

Na podstawie art. 38 ust. 4 ustawy Pzp Zamawiający modyfikuje treść SIWZ w części II Kampania w mediach ukraińskich i część III Kampania w mediach białoruskich.

W projekcie umowy z załącznika 6 do SIWZ §2 był zapis:

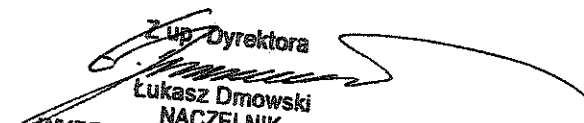
Zamawiający będzie realizował zamówienia sukcesywnie w zależności od



bieżących potrzeb. Emisja poszczególnych ogłoszeń (bądź ich cyklu) lub banerów internetowych dokonywana będzie na podstawie odrębnych zamówień składanych przez Zamawiającego na druku Wykonawcy lub w innej formie np. drogą elektroniczną na adres e-mail lub faxem na nr nie później niż 3 dni robocze do godz. 15.00 przed datą publikacji.

W wyniku modyfikacji jest:

Zamawiający będzie realizował zamówienia sukcesywnie w zależności od bieżących potrzeb. Emisja poszczególnych ogłoszeń (bądź ich cyklu) lub banerów internetowych dokonywana będzie na podstawie odrębnych zamówień składanych przez Zamawiającego na druku Wykonawcy lub w innej formie np. drogą elektroniczną na adres e-mail lub faxem na nr nie później niż 7 dni roboczych do godz. 15.00 przed datą publikacji.


Z up. Dyrektora
Lukasz Dmowski
NACZELNIK
WYDZIAŁU KADR I ADMINISTRACJI
CENTRUM PROJEKTÓW EUROPEJSKICH