



Do Wykonawców ubiegających się o udzielenie zamówienia

Dotyczy postępowania, którego przedmiotem jest **Zakup przestrzeni reklamowej w prasie drukowanej na potrzeby kampanii społecznych i informacyjnych realizowanych przez Kancelarię Prezesa Rady Ministrów nr PN-13/2022.**

Zamawiający odpowiada na poniższe pytania¹ Wykonawców:

Pytanie nr 1

„W związku z prowadzonym postępowaniem o udzielenie zamówienia prowadzone w trybie przetargu nieograniczonego na „Zakup przestrzeni reklamowej w prasie drukowanej na potrzeby kampanii społecznych i informacyjnych realizowanych przez Kancelarię Prezesa Rady Ministrów” nr PN-13/2022, chciałabym zadać pytanie dotyczące Formularza Cenowego.

Z informacji otrzymanych od Wydawców w większości tytułów należących do grup: Tygodniki ogólnopolskie, Tygodniki lokalne, Dwutygodniki ogólnopolskie, Miesięczniki ogólnopolskie nie ma możliwości zamieszczenia, a co za tym idzie wyceny reklamy w formacie całej strony na stronie tytułowej.

W przypadku grup: dzienniki ogólnopolskie i Dzienniki lokalne istnieje możliwość zamieszczenia reklam na stronach tytułowych, ale tylko w formacie banneru, którego wielkość jest różna dla każdego z tytułów.

Dodatkowo w przypadku niektórych Tygodników, dwutygodników i miesięczników nie ma możliwości zamieszczenia reklamy w formacie ½ strony na stronach 2-3.

W związku z tym mamy pytanie, co w takim wypadku, czy wypełniając Formularz ofertowy w tych pozycjach mamy pozostawić puste miejsce, dodać opis np. „brak możliwości”, czy może Formularz zostanie przez Państwa zmodyfikowany w oparciu o powyższe informacje?”

Pytanie nr 2

„Wracam do Państwa z kolejnym pytaniem, a właściwie prośbą o doprecyzowanie, co Zamawiający rozumie poprzez opis: Cena za 1 stronę strony 2-3 brutto oraz Cena za 1/2 stronę strony 2-3 brutto w Formularzu ofertowym?

Czy w tych pozycjach wykonawca ma podać cenę tzw. Rozkładówkę wtedy opis powinien brzmieć Cena za rozkładówkę otwierającą strony 2-3 brutto, jeżeli wycena ma dotyczyć jednej z dwóch stron to powinno to zostać rozbite na dwie oddzielne pozycje dlatego, że inną cenę ma druga strona tzw. druga okładka, a inną trzecia strona. Dodatkowo w wielu tytułach poza dziennikami nie ma możliwości zamieszczenia reklamy na 3 stronie ponieważ znajduje się tam spis treści, opis tego co jest w danym numerze lub powitanie przygotowane przez redaktora. Dlatego rekomendujemy,

¹ Na podstawie art. 135 ust. 5 i ust. 6 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2021 r. poz. 1129, z późn. zm.);

aby opis zmieniony został na Cena za 1 stronę strona 2 brutto, chyba, że ma to być rozkładówka to wtedy o informację, co Wykonawca ma wpisać jeżeli nie ma takiej możliwości w którymś z tytułów.

Jeżeli chodzi o pozycję Cena za 1/2 stronę strony 2-3 brutto to tu nawet na drugiej stronie redakcje nie mają w swojej ofercie takiego formatu. Dlatego w tym wypadku rekomendujemy usunięcie tej pozycji z Formularza ofertowego. Dotyczy to przede wszystkim większości tytułów magazynowych (tygodniki, dwutygodniki, miesięczniki).

W przypadku dzienników ogólnopolskich i lokalnych prosba o doprecyzowanie, czy wycena ma dotyczyć wydań magazynowych, czy zwykłych (dzień tygodnia)."

Pytanie nr 3

„Zwracamy się z zapytaniem do postępowania nr r PN-13/2022:

Odwołując się do formularza cenowego chcemy doprecyzować, która strona według zamawiającego jest stroną tytułową?

Odwołując się do formularza cenowego oraz informacji od wydawców, prosimy o doprecyzowanie formatu reklamowego na stronie tytułowej. Czy rozpatrują Państwo zakup modułu lub banera czy tylko dużą powierzchnie reklamową?

Odwołując się do otrzymanych odpowiedzi od tytułów prasowych z formularza cenowego, są gazety które nie sprzedają strony tytułowej, 2 lub 3 strony lub ½ strony? Wobec tego jaką wartość należy wprowadzić do formularza?"

Odpowiedź na pytania nr 1, nr 2 i nr 3

Zamawiający informuje, że wyniku zadanych pytań modyfikuje Formularz cenowy (Załącznik nr 1 do Formularza oferty).

Aktualna wersja Formularza cenowego stanowi załącznik do niniejszego pisma.

Ponadto w wyniku zadanych pytań, Zamawiający dokonuje następujących zmian w treści SWZ²:

Opis Przedmiotu Zamówienia (Załącznik nr 1 do SWZ) modyfikuje zapis w Rozdziale II pkt. 4 i nadaje mu poniższe brzmienie:

Było

„4. Zakup powierzchni reklamowych w prasie drukowanej dotyczyć będzie następujących formatów:

4.1 1 stronę

4.2 ½ strony"

Jest

„4. Zakup powierzchni reklamowych w prasie drukowanej dotyczyć będzie :

4.1 całej strony 2 lub 3

4.2 całej strony w przypadku pozostałych stron, z wyłączeniem strony 1

4.3 ½ strony w przypadku pozostałych stron, z wyłączeniem strony 1"

² art. 137 ust. 1 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2021 r. poz. 1129, z późn. zm.).

Opis Przedmiotu Zamówienia (Załącznik nr 1 do SWZ) Rozdział II usuwa pkt. 5 o poniższej treści:

„5. Zakup powierzchni reklamowych w prasie drukowanej dotyczyć będzie :

5.1 Stronę 1 – tytułową

5.2 Strony 2 – 3

5.3 Pozostałe strony”

Projektowane postanowienia umowy (Załącznik nr 2 do SWZ) modyfikuje zapis § 1 ust. 6 i nadaje mu poniższe brzmienie:

Było

„6. Zakup powierzchni reklamowych w prasie drukowanej dotyczyć będzie następujących formatów:

- 1) 1 strona,
- 2) ½ strony.”

Jest

„6. Zakup powierzchni reklamowych w prasie drukowanej dotyczyć będzie:

- 1) całej strony 2 lub 3
- 2) całej strony w przypadku pozostałych stron, z wyłączeniem strony 1
- 3) ½ strony w przypadku pozostałych stron, z wyłączeniem strony 1”

Projektowane postanowienia umowy (Załącznik nr 2 do SWZ) usuwa w § 1 ust. 7 o poniższej treści:

„7. Zakup powierzchni reklamowych w prasie drukowanej dotyczyć będzie:

- 1) Strony nr 1 – tytułowej,
- 2) Stron 2-3,
- 3) stron pozostałych.”

Specyfikacja Warunków Zamówienia **Rozdział XV Opis kryteriów oceny ofert, wraz z podaniem wag tych kryteriów i sposobu oceny ofert - ust. 1**

Było:

Lp.	Kryterium	Waga w %
	Cena całkowita brutto (CCB), w tym:	100
1)	Dzienniki ogólnopolskie (CDO), w tym:	23
a)	Suma cen za stronę tytułową	5,5
b)	Suma cen za jedną stronę - strony 2-3	6,5
c)	Suma cen za ½ strony – strony 2-3	3,5
d)	Suma cen za jedną stronę - pozostałe strony	4,5
e)	Suma cen za ½ strony – strony pozostałe	3
2)	Tygodniki ogólnopolskie (CTO), w tym:	20,5
a)	Suma cen za stronę tytułową	5
b)	Suma cen za jedną stronę - strony 2-3	6

c)	Suma cen za ½ strony – strony 2-3	3
d)	Suma cen za jedną stronę - pozostałe strony	4
e)	Suma cen za ½ strony – strony pozostałe	2,5
3)	Dwutygodniki ogólnopolskie (CDO), w tym:	18
a)	Suma cen za stronę tytułową	4,5
b)	Suma cen za jedną stronę - strony 2-3	5,5
c)	Suma cen za ½ strony – strony 2-3	2,5
d)	Suma cen za jedną stronę - pozostałe strony	3,5
e)	Suma cen za ½ strony – strony pozostałe	2
4)	Miesięczniki ogólnopolskie (CMO), w tym	15,5
a)	Suma cen za stronę tytułową	4
b)	Suma cen za jedną stronę - strony 2-3	5
c)	Suma cen za ½ strony – strony 2-3	2
d)	Suma cen za jedną stronę - pozostałe strony	3
e)	Suma cen za ½ strony – strony pozostałe	1,5
5)	Dzienniki lokalne (CDL), w tym	13
a)	Suma cen za stronę tytułową	3,5
b)	Suma cen za jedną stronę - strony 2-3	4,5
c)	Suma cen za ½ strony – strony 2-3	1,5
d)	Suma cen za jedną stronę - pozostałe strony	2,5
e)	Suma cen za ½ strony – strony pozostałe	1
6)	Tygodniki lokalne (CTL), w tym	10
a)	Suma cen za stronę tytułową	3
b)	Suma cen za jedną stronę - strony 2-3	3,5
c)	Suma cen za ½ strony – strony 2-3	1
d)	Suma cen za jedną stronę - pozostałe strony	2
e)	Suma cen za ½ strony – strony pozostałe	0,5

Jest:

Lp.	Kryterium	Waga w %
	Cena całkowita brutto (CCB), w tym:	100
1)	Dzienniki ogólnopolskie (CDO), w tym:	32,5
a)	Suma cen za całą stronę - strony 2 lub 3	10
b)	Suma cen za całą stronę - strony pozostałe	11
c)	Suma cen za ½ strony – strony pozostałe	11,5
2)	Tygodniki ogólnopolskie (CTO), w tym:	24
a)	Suma cen za całą stronę - strony 2 lub 3	7
b)	Suma cen za całą stronę - strony pozostałe	8
c)	Suma cen za ½ strony – strony pozostałe	9
3)	Dwutygodniki ogólnopolskie (CDO), w tym:	12
a)	Suma cen za całą stronę - strony 2 lub 3	3,5
b)	Suma cen za całą stronę - strony pozostałe	4
c)	Suma cen za ½ strony – strony pozostałe	4,5
4)	Miesięczniki ogólnopolskie (CMO), w tym	10,5

a)	Suma cen za całą stronę - strony 2 lub 3	3
b)	Suma cen za całą stronę - strony pozostałe	3,5
c)	Suma cen za ½ strony – strony pozostałe	4
5)	Dzienniki lokalne (CDL), w tym	15
a)	Suma cen za całą stronę - strony 2 lub 3	4
b)	Suma cen za całą stronę - strony pozostałe	5
c)	Suma cen za ½ strony – strony pozostałe	6
6)	Tygodniki lokalne (CTL), w tym	6
a)	Suma cen za całą stronę - strony 2 lub 3	1
b)	Suma cen za całą stronę - strony pozostałe	2
c)	Suma cen za ½ strony – strony pozostałe	3

Specyfikacja Warunków Zamówienia **ROZDZIAŁ XII Miejsce i termin składania ofert - ust. 3**

Było:

3. Ofertę wraz z wymaganymi załącznikami należy złożyć w terminie do dnia **25.04.2022 r., do godz. 11:00.**

Jest:

3. Ofertę wraz z wymaganymi załącznikami należy złożyć w terminie do dnia **28.04.2022 r., do godz. 11:00.**

Specyfikacja Warunków Zamówienia **ROZDZIAŁ XIII Miejsce oraz termin składania i otwarcia ofert- ust. 1**

Było:

1. Otwarcie ofert nastąpi w dniu **25.04.2022 r., o godzinie 11:30.**

Jest:

1. Otwarcie ofert nastąpi w dniu **28.04.2022 r., o godzinie 11:30.**

Specyfikacja Warunków Zamówienia **ROZDZIAŁ XIV Termin związania ofertą - ust. 1**

Było:

1. Wykonawca jest związany ofertą od dnia upływu terminu składania ofert do dnia **23.07.2022 r.**

Jest:

1. Wykonawca jest związany ofertą od dnia upływu terminu składania ofert do dnia **26.07.2022 r.**

Zamawiający informuje, że pozostałe zapisy SWZ nie ulegają zmianie, a wprowadzone wyżej zmiany należy traktować jako obowiązujące.

Odpowiednie zmiany zostają również wprowadzone w Ogłoszeniu o zamówieniu.

Marta Michalska
/podpisano elektronicznie/

Załącznik

Aktualny Formularz cenowy (Załącznik nr 1 do Formularza oferty)