

BZP.0.260.7.18.PKO

Warszawa, 24 kwietnia 2018 r.

Dotyczy postępowania prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego pn.: „**Pośredniczenie w zakupie powierzchni w prasie i na portalach internetowych w celu publikacji treści wspierających proces rekrutacji na konferencje edukacyjne oraz promocję tych konferencji**”, oznaczenie sprawy: **p/261/DKM/2018**

Działając na podstawie art. 38 ust. 1 - 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1579 ze zm.), w związku z pytaniami, które wpłynęły do Zamawiającego, dotyczącymi Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, poniżej zamieszczamy treść pytań wraz z odpowiedziami:

w nawiązaniu do przetargu nieograniczonego dla zamówienia o wartości szacunkowej powyżej 144 tys. euro pn.: „Pośredniczenie w zakupie powierzchni w prasie i na portalach internetowych w celu publikacji treści wspierających proces rekrutacji na konferencje edukacyjne oraz promocję tych konferencji”, oznaczenie sprawy: p/261/DKM/2018, chcielibyśmy doprecyzować kilka kwestii:

W części II OPZ Zamawiający wskazuje, iż:

Do zadań Wykonawcy należeć będzie pośredniczenie w zakupie powierzchni:

a) w prasie lokalnej, regionalnej i ogólnopolskiej oraz w prasie branżowej i specjalistycznej, w celu zamieszczania publikacji. Zamieszczane będą m.in. prasowe ogłoszenia drobne, z grafiką lub bez grafiki, prasowe reklamy modułowe - tekstowe i graficzne reklamy, artykuły, wkładki do gazet, relacje prasowe z debat medialnych, reportaże, wywiady i inne, niewymienione formy, w zależności od potrzeb Zamawiającego, wynikających z tematyki, charakteru planowanych konferencji, regionu i specyfiki grupy docelowej;

b) na portalach internetowych o tematyce gospodarczej lub zbieżnej z poszczególnymi działaniami PARP, w celu zamieszczania publikacji, które zostaną opracowane we współpracy Zamawiającego z wydawcą portalu internetowego. Zamieszczane będą m.in. bannery, banery rozwijalne, banery pływające, skyscrapery, relacje z debat/wydarzeń, reportaże, wywiady, artykuły, cykle artykułów, artykuły w newsletterach, teksty informacyjne oraz formy video i inne, niewymienione formy w zależności od potrzeb Zamawiającego, wynikających z tematyki, charakteru planowanych konferencji, regionu i specyfiki grupy docelowej.

W części XV SIWZ Zamawiający wskazuje jednocześnie, że „w kryterium „Lista 10 tytułów prasowych oraz lista 5 portali internetowych w celu zamieszczania publikacji mających na celu wsparcie procesu rekrutacji na konferencje edukacyjne oraz promocję tych konferencji” każdy z członków Komisji przetargowej indywidualnie dokona oceny przedstawionych przez Wykonawcę propozycji regionalnych i lokalnych tytułów prasowych i portali internetowych”

**Pytanie 1:**

Czy Wykonawca powinien przedstawić tytuły prasowe i portale internetowe jedynie o zasięgu regionalnym/lokalnym, czy również ogólnopolskim?

**Odpowiedź:**

Zgodnie z odpowiedziami, zawartymi w piśmie, które zostało udostępnione na stronie internetowej Zamawiającego(<http://bip.parp.gov.pl/posredniczenie-w-zakupie-powierzchni-w-prasie-i-na-portalach-internetowych-w-celu-publicacji-tresci-wspierajacych-proces-rekrutacji-na-konferencje-edukacyjne->

[oraz-promocje-tych-konferencji](#)) w dniu 23 kwietnia 2018r., Zamawiający informuje, że Wykonawca może przedstawić w złożonej ofercie dowolne portale internetowe oraz dowolne lokalne i regionalne tytuły prasowe i rozgłośnie radiowe w dowolnym regionie kraju w celu zamieszczania publikacji mających na celu wsparcie procesu rekrutacji na konferencje edukacyjne oraz promocję tych konferencji, przy czym po stronie Wykonawcy leży uzasadnienie wyboru poszczególnych mediów pod kątem adekwatności do działań wspierających rekrutację na konferencje oraz promocji tych konferencji, zgodnie z Rozdziałem XV ust. 3 SIWZ.

**Pytanie 2:**

Zamawiający nie przedstawił w dokumentacji informacji nt. miejsc planowanych konferencji – z tego względu niezwykle trudno jest zaproponować tytuły prasowe/portale regionalne/lokalne. Jak Wykonawca powinien uwzględnić tę kwestię w ofercie?

**Odpowiedź:**

Konferencje będą odbywały się w całym kraju. Wykonawca może w ofercie przedstawić media lokalne i regionalne z dowolnego regionu Polski.

**Pytanie 3:**

Czy Zamawiający dopuszcza przedstawienie propozycji portali ogólnopolskich i ew. geotargetowanie na odpowiednią grupę docelową z danego regionu, w którym ma się odbywać konferencja?

**Odpowiedź:**

Zamawiający dopuszcza przedstawienie propozycji portali ogólnopolskich i ew. geotargetowanie na odpowiednią grupę docelową z danego regionu, w którym ma się odbywać konferencja.

**Pytanie 4:**

Jak Zamawiający planuje rozwiązać kwestię przekazywania materiałów do publikacji? Czy będzie to robił za pośrednictwem Wykonawcy? Jeśli tak, to czy w każdym zleceniu będą uwzględnione terminy przekazywania materiałów, tak aby zapewnić odpowiedni czas na prawidłową realizację danej publikacji?

**Odpowiedź:**

Zgodnie z pkt III.2 OPZ: Wykonawca zobowiązany jest do ścisłej współpracy z Zamawiającym na każdym etapie realizacji zamówienia. Zasady współpracy pomiędzy Zamawiającym a Wykonawcą (sposób kontaktowania się, przekazywania informacji i dokumentów, tryb spotkań i ich częstotliwość) zostaną ustalone po zawarciu umowy.