

BZP.0.260.7.18.PKO

Warszawa, 23.04.2018 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**

I. Zamawiający, działając na podstawie art. 38 ust. 4 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz.U. z 2017 r. poz. 1579 ze zm.), zwanej dalej „uPzp”, dokonuje zamiany treści SIWZ.

1. W Rozdziale III ust. 1 SIWZ zmienia się zapisy:

„III. Opis przedmiotu zamówienia

1. Przedmiotem zamówienia jest usługa pośredniczenia w zakupie:

- a) powierzchni w prasie i na portalach internetowych w celu publikacji treści wspierających proces rekrutacji na konferencje edukacyjne oraz promocję tych konferencji,
- b) czasu antenowego w rozgłośniach radiowych w celu emisji treści wspierających proces rekrutacji na konferencje edukacyjne oraz promocję tych konferencji.”

2. W Rozdziale VI ust. 2 SIWZ zmienia się zapis:

„W zakresie „zdolności technicznej lub zawodowej” Wykonawca zobowiązany jest wykazać, że:

- 1) w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wykonał należycie co najmniej: **2 usługi**, których przedmiotem (każdej z nich) było zaplanowanie i zakup mediów dla ogólnopolskiej kampanii wizerunkowej lub sprzedażowej, co najmniej na 2 nośnikach ATL (tj. prasa, Internet, **radio**) a łączna wartość obu usług wynosiła co najmniej 100 000 zł brutto (*a w przypadku, gdy wartość umowy została określona w walucie innej niż złoty przeliczenie nastąpi wg średniego kursu złotego ogłoszonego przez Prezesa NBP i obowiązującego w dniu podpisania umowy na realizację usługi*);
- 2) dysponuje i skieruje do realizacji zamówienia osobę o odpowiednich kwalifikacjach zawodowych, doświadczeniu i wykształceniu niezbędnych do prawidłowej realizacji zamówienia, tj. co najmniej 1 osobą, która będzie realizować zamówienie:

Koordynatora tj. osoba, która w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert nadzorowała/koordynowała realizację co najmniej 2 usług polegających na nadzorowaniu/koordynowaniu współpracy Zamawiającego usługi z mediami, w których przedmiotem (każdej z nich) był zakup mediów dla ogólnopolskiej kampanii wizerunkowej lub sprzedażowej, co najmniej na 2 nośnikach ATL (tj. prasa, Internet, **radio**). Łączna wartość obu usług wynosiła co najmniej 100 000 zł brutto (*a w przypadku, gdy wartość umowy została określona w walucie innej niż złoty przeliczenie nastąpi wg średniego kursu złotego ogłoszonego przez Prezesa NBP i obowiązującego w dniu podpisania umowy na realizację usługi*).”

3. W Rozdziale XII ust. 3 SIWZ zmienia się zapisy:

„3. W ofercie Wykonawca przedstawi:

- 1) Proponowaną listę 8 tytułów prasowych oraz lista 5 portali internetowych w celu zamieszczania publikacji mających na celu wsparcie procesu rekrutacji na konferencje edukacyjne oraz promocję tych konferencji oraz 2 rozgłośni radiowych w celu emisji treści mających na celu wsparcie procesu rekrutacji na konferencje edukacyjne oraz promocję tych konferencji;

2) Identyfikację najważniejszych ryzyk i działań zaradczych.

Elementy, o których mowa powyżej zostały opisane przez Zamawiającego w Rozdziale XV”.

4. W Rozdziale XIV SIWZ zmienia się zapisy:

„1. Dla potrzeb niniejszego postępowania Wykonawca w Formularzu ofertowym, stanowiącym Załącznik nr 2 do SIWZ poda cenę, obliczoną zgodnie z poniższym wzorem:

$$C = C1 + C2$$

C1 – cena za Zadanie 1

C2 – cena za Zadanie 2

$$C1 = [750\,469,00 \text{ zł brutto} \times \text{marża Wykonawcy \%}] + 750\,469,00 \text{ zł brutto}$$

$$C2 = [140\,186,92 \text{ zł brutto} \times \text{marża Wykonawcy \%}] + 140\,186,92 \text{ zł brutto}$$

gdzie:

C1- cena brutto za Zadanie 1- świadczenie przez Wykonawcę usługi polegającej na pośredniczeniu w zakupie powierzchni w prasie i na portalach internetowych w celu zamieszczania publikacji edukacyjnych, 750 469,00 zł brutto tj. [(maksymalna wartość zobowiązania Zamawiającego wskazana Rozdział II.6 Zadanie 1 OPZ pomniejszona o 6,6%) x marża Wykonawcy w % + (maksymalna wartość nominalna zobowiązania Zamawiającego wskazana w Rozdziale II. 6 Zadanie 1 OPZ pomniejszona o 6,6%)]

C2- cena brutto za Zadanie 2 -świadczenie przez Wykonawcę usługi polegającej na pośredniczeniu w zakupie czasu antenowego w rozgłoszeniach radiowych w celu emisji treści, 140 186,92 zł brutto tj. [(maksymalna wartość zobowiązania Zamawiającego wskazana w Rozdziale II.6 Zadanie 2 OPZ pomniejszona o 7%) x marża Wykonawcy + (maksymalna wartość nominalna zobowiązania Zamawiającego wskazana w Rozdziale II.6 Zadanie 2 OPZ pomniejszona o 7%)]

2. Cenę należy podać w złotych polskich, cyfrowo do dwóch miejsc po przecinku oraz słownie.
3. Obliczona cena służyć będzie jedynie porównaniu Ofert (*obliczona cena Oferty nie będzie wartością umowy - Zamawiający zawrze umowę na maksymalną wartość nominalną zobowiązania*).
4. Wskazane przez Wykonawcę marże (%) będą stałe i będą obowiązywały przez cały okres obowiązywania umowy. Wysokość marży podana przez Wykonawcę w Zadaniu 1 nie może być wyższa niż 6,6% (zgodnie z Rozdziałem II.6 Zadanie 1 OPZ), a w Zadaniu 2 – nie może być wyższa niż 7% (zgodnie z Rozdziałem II.6 Zadanie 2 OPZ).

5. W Rozdziale XV SIWZ zmienia się zapisy:

1. Przy wyborze najkorzystniejszej Oferty, Zamawiający będzie kierować się następującymi kryteriami i ich znaczeniem oraz w następujący sposób będzie oceniać Oferty w poszczególnych kryteriach:

Lp.	Kryterium	Znaczenie (pkt)
1	Cena	60
2	Lista 8 tytułów prasowych oraz lista 5 portali internetowych w celu zamieszczania publikacji mających na celu wsparcie procesu rekrutacji na konferencje edukacyjne oraz promocję tych konferencji oraz 2 rozgłoszeń radiowych w celu emisji treści mających na celu wsparcie procesu rekrutacji na konferencje edukacyjne oraz promocję tych konferencji	30
3	Identyfikacja najważniejszych ryzyk i działań zaradczych	10

Razem	100
-------	-----

2. W kryterium „Cena” najwyższą liczbę punktów (**60 pkt**) otrzyma Oferta zawierająca najniższą cenę brutto obliczoną zgodnie z wymaganiami Zamawiającego, a każda następna odpowiednio zgodnie ze wzorem:

$$\text{Liczba punktów Oferty w kryterium „Cena”} = \frac{\text{cena Oferty najniżej skalkulowanej} \times 60}{\text{cena Oferty ocenianej}}$$

3. W kryterium „*Lista 8 tytułów prasowych oraz lista 5 portali internetowych w celu zamieszczenia publikacji mających na celu wsparcie procesu rekrutacji na konferencje edukacyjne oraz promocję tych konferencji oraz 2 rozgłośni radiowych w celu emisji treści 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 portali internetowych, regionalnych i lokalnych tytułów prasowych oraz regionalnych i lokalnych rozgłośni radiowych. Ocenie będzie podlegać liczba tytułów prasowych, portali internetowych i rozgłośni radiowych istotnych z punktu widzenia realizacji zamówienia (wsparcia procesu rekrutacji na konferencje edukacyjne oraz promocji tych konferencji, poprzez pośredniczenie w zakupie powierzchni w prasie i na portalach internetowych oraz poprzez pośredniczenie w zakupie czasu antenowego). Wykonawca przedstawi uzasadnienie dla każdego wybranego tytułu/ portalu/rozgłośni; w uzasadnieniu Wykonawca uwzględni m.in. zasięg danego tytułu/portalu/rozgłośni; jego rozpoznawalność, adekwatność do działań wspierających rekrutację na konferencje oraz promocji tych konferencji w mediach lokalnych i regionalnych (dot. tytułów prasowych i rozgłośni radiowych).

Wykonawca może otrzymać 2 pkt za każdy trafnie zidentyfikowany tytuł prasowy/portal internetowy.

W pozostałych przypadkach Wykonawca otrzyma 0 pkt.

Maksymalnie Wykonawca może otrzymać w ramach kryterium 30 pkt tj.: 16 pkt za trafnie zidentyfikowane tytuły prasowe, 10 pkt za trafnie zidentyfikowane portale internetowe oraz 4 pkt za trafnie zidentyfikowane rozgłoszenie radiowe. W przypadku wskazania większej niż wymagana powyżej liczby tytułów prasowych, portali internetowych i rozgłośni radiowych Zamawiający oceni pierwsze 8 tytułów prasowych oraz pierwsze 5 portali internetowych i pierwsze 2 rozgłoszenie radiowe. Wskazanie więcej niż 8 tytułów prasowych, 5 portali internetowych i 2 rozgłoszenie radiowych przez Wykonawcę nie będzie dodatkowo punktowane przez Zamawiającego.

6. W związku z powyższym zmianie uległy również zapisy znajdujące się w Załączniku nr 1 do SIWZ – Opisie Przedmiotu Zamówienia, w Załączniku nr 2 do SIWZ – Formularzu oferty oraz w Załączniku nr 3 do SIWZ – wzorze umowy (dokumenty te stanowią załączniki do niniejszego pisma).

Termin składania i otwarcia ofert pozostaje bez zmian.

Pozostałe zapisy SIWZ pozostają bez zmian.

- II. Działając na podstawie art. 38 ust. 1 - 2 uPzp, w związku z pytaniami, które wpłynęły do Zamawiającego, dotyczącymi Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, poniżej zamieszczamy treść pytań wraz z odpowiedziami:

Pytanie 1:

W ofercie Wykonawca ma przedstawić listę 10 regionalnych i lokalnych tytułów prasowych oraz lista 5 portali internetowych(...).

Natomiast w SOPZ jest napisane:

1. 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.

b) na portalach internetowych o tematyce gospodarczej lub zbieżnej z poszczególnymi działaniami PARP

Poprosiłabym o wyjaśnienie treści SIWZ:

Portale o tematyce gospodarczej, kierowane do przedsiębiorców są portalami ogólnopolskimi. Natomiast portale lokalne/ regionalne są najczęściej portalami informacyjnymi skierowanymi do ogółu społeczeństwa, a nie konkretnie do grupy docelowej.

Czy Wykonawca może przedstawić w ofercie portal gospodarczy o zasięgu ogólnopolskim, który będzie geotargetowany na dowolne województwo, a więc będzie spełniał wymóg bycia medium lokalnym/ regionalnym?

Odpowiedź:

Wykonawca może przedstawić w ofercie dowolny portal internetowy w celu zamieszczania publikacji mających na celu wsparcie procesu rekrutacji na konferencje edukacyjne oraz promocję tych konferencji wraz z uzasadnieniem 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:

Czy w ofercie wykonawca może przedstawić również propozycje z ogólnopolskiej prasy branżowej i specjalistycznej?

Odpowiedź:

Zgodnie z Rozdziałem XV ust. 3 SIWZ Zamawiający oceniać będzie w przypadku tytułów prasowych jedynie regionalne i lokalne tytuły.

Pytanie 3:

Jakie regiony Wykonawca ma brać pod uwagę przy wyborze prasy regionalnej i lokalnej?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że nie wskazał w SIWZ, jaki region Wykonawca ma brać pod uwagę przy wyborze prasy regionalnej i lokalnej. Na potrzeby oferty Wykonawca może przyjąć dowolny region.

Pytanie 4:

Jaki jest zasięg geograficzny planowanych konferencji - czy projekt edukacyjny dotyczy całego kraju w jednakowym stopniu?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że konferencje będą odbywały się w całej Polsce.

Pytanie 5:

Czy wskazane w p. XV pp. 3 SIWZ i celowo podkreślone media lokalne i regionalne dotyczą również Mazowsza i Warszawy?

Odpowiedź:

Wykonawca może przedstawić w złożonej ofercie 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 6:

Czy kryterium lokalności i regionalności dotyczy także portali internetowych czy też należy się kierować kryterium maksymalnego zasięgu przy zachowaniu możliwości targetowania geograficznego?

Odpowiedź:

Wykonawca może przedstawić w złożonej ofercie dowolny portal internetowy 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.

Załączniki do pisma:

Załącznik nr 1 - Opis przedmiotu zamówienia (OPZ)

Załącznik nr 2 - Formularz oferty

Załącznik nr 3 - Wzór umowy