OR-IV.272.2.35.2020 Rzeszów, dnia 23.07.2020 r.

Do wykonawcy, który zwrócił się o wyjaśnienie treści SIWZ

Do zamieszczenia na stronie internetowej

WYJAŚNIENIA ZAMAWIAJĄCEGO DOTYCZĄCE TREŚCI SPECYFIKACJI ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA (SIWZ) 5

dotyczy: postępowania o udzielenia zamówienia publicznego pn. „Opracowanie koncepcji oraz przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej"

Na podstawie art. 38 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2019 r. poz. 1843 ze zm.) zwanej dalej „ustawą" zamawiający, w odpowiedzi na pytania jednego z wykonawców dotyczące treści SIWZ, udziela następujących wyjaśnień:

TREŚĆ ZAPYTAŃ WRAZ Z ODPOWIEDZIAMI/ WYJAŚNIENIAMI:

Pytanie:
Zwracam się z uprzejmą prośbą o doprecyzowanie informacji zamieszczonej w SOPZ w punkcie I. Telewizja – chodzi o doprecyzowanie, co Zamawiający miał na myśli definiując parametr wyboru stacji telewizyjnych w oparciu o „średnia miesięczna oglądalność za I kwartał 2020 r. jest nie mniejsza niż 5%" oraz informację na podstawie jakich badań ma zostać przedstawiony wybór stacji.
W żadnej z grup docelowych i dla żadnej ze stacji, średnia miesięczna oglądalność rozumiana jako średni GRP (AMR) nie osiąga wymaganego minimalnego poziomu 5%. Pytanie, czy zamawiający nie miał na myśli średniego miesięcznego udziału oglądalności stacji lub średniego zasięgu stacji?

Odpowiedź/ wyjaśnienia:
W SOPZ Zamawiający określił, że zadaniem Wykonawcy na etapie składania oferty będzie wskazanie we wstępnym media planie min. 3 stacji telewizyjnych o zasięgu ogólnopolskim (wraz z uzasadnieniem wyboru, których średnia miesięczna oglądalność za I kwartał 2020 r. jest nie mniejsza niż 5%) z których Zamawiający ostatecznie wybierze 2 stacje telewizyjne. Zamawiający wprost precyzuje, że zaproponowane stacje telewizyjne muszą charakteryzować się średnią miesięczną oglądalnością nie mniejszą niż 5%. Dodatkowo Rozdział I. TELEWIZJA szczegółowo określa wymagania Zamawiającego względem produkcji i emisji spotów reklamowych wytworzonych w ramach realizowanej kampanii informacyjno-promocyjnej.