

Poznań, 15.04.2020 r.

DL/LZ/AW/2020/456

Uczestnicy postępowania

ENEA Centrum Sp. z o.o. jako Pełnomocnik ENEA S.A., działając na podstawie art. 38 ust.1 i 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004r. – Prawo zamówień publicznych (t.j.: Dz. U. z 2019 r., poz. 1843) (dalej „Pzp”) informuje, że w postępowaniu o udzielenie zamówienia prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego, którego przedmiotem jest:

Świadczenie usług zakupu mediów przez dom mediowy na rzecz ENEA S.A.

w ustawowo określonym terminie do Zamawiającego wpłynęły od Wykonawców biorących udział w postępowaniu następujące pytania do treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia:

Lp.	Pytanie	Odpowiedź
1.	<p>Pytanie do załącznika 1a do formularza oferty (część 1.): Na jakiej podstawie powinny zostać wyliczone koszty w kolumnach F, I, L, O, R, U, X, AA, AD, AG, AJ, AM?</p> <p>Pytanie do załącznika 1a do formularza oferty (część 2.): Czy pozycja w kolumnie E to szacowany koszt cennikowy brutto, a pozycja F to szacowany koszt brutto po rabacie?</p>	<p>Wartości wyliczone we wskazanych kolumnach stanowią szacowany budżet Zamawiającego brutto w miesiącach (odpowiednio: styczeń, luty, marzec itd.) pomniejszony o rabat gwarantowany przez Wykonawcę (odpowiednio w miesiącach: styczeń, luty, marzec itd.). Dla przykładu: w kolumnie F podaje się wysokość szacowanego budżetu Zamawiającego brutto po uwzględnieniu rabatu dla stycznia.</p> <p>Wskazany przez Zamawiającego Szacowany budżet w poszczególnych stacjach/tytułach/nośnikach (na przykładzie załącznika nr 1a - TELEWIZJA to np. kwota z kolumny E) jest wartością brutto przed uwzględnieniem rabatu, kalkulowaną na potrzeby wskazania przez Wykonawcę wartości gwarantowanych minimalnych rabatów w poszczególnych stacjach/tytułach/nośnikach, a następnie dokonania oceny ofert.</p> <p>Zamawiający informuje dodatkowo, że obliczona w ten sposób Szacunkowa wartość realizacji przedmiotu zamówienia (na przykładzie załącznika nr 1a - TELEWIZJA to kwota z kolumny AO) nie będzie stanowiła maksymalnego łącznego wynagrodzenia z tytułu wykonania Umowy Ramowej oraz, że:</p> <ul style="list-style-type: none"> do obliczania należnego Wykonawcy wynagrodzenia z tytułu wykonania Zamówień Wykonawczych udzielonych na podstawie Umowy Ramowej będą natomiast wiążące określone procentowo wysokości Gwarantowanych minimalnych rabatów wskazane przez Wykonawcę w Załącznikach nr 1a, 1b, 1ca, 1d, 1e; do obliczania należnego Wykonawcy wynagrodzenia z tytułu wykonania Zamówień Wykonawczych udzielonych na podstawie Umowy Ramowej będą również wiążące ceny wskazane przez Wykonawcę w Załącznikach nr 1cb, 1f oraz 1g; do obliczania należnego Wykonawcy Wynagrodzenia z tytułu wykonania Zamówień Wykonawczych udzielonych na podstawie Umowy ramowej, których przedmiotem będą usługi realizacyjne lokowania produktu, usługi realizacyjne projektów specjalnych lub sporządzenie raportu niestandardowego będą wiążące stawki za roboczogodzinę netto wskazane przez Wykonawcę w Załącznikach nr 1h, 1i oraz 1j.
2.	Pytanie do załącznika 1a do formularza oferty: w jaki sposób koszt przedstawiony w pozycjach F, I, L, O, R, U, X, AA, AD, AG, AJ, AM ma zostać odniesiony do grupy docelowej A 16-49	Szacowany budżet Zamawiającego dotyczy kampanii reklamowych realizowanych dla grupy docelowej WSZYSCY 16-49.
3.	Pytanie do załącznika 1b do formularza oferty: czy koszt w kolumnie D to koszt cennikowy dla danej grupy stacji? Czy koszt podany w kolumnie E to koszt D pomniejszony o rabat? Czy według podobnej zasady wylicza się szacowaną wartość realizacji w załącznikach 1ca, 1cb, 1d, 1e?	Patrz: odp. na pyt. nr 1
4.	Pytanie do załącznika 1a do formularza oferty „Internet A” : Opis „Standardowe formaty, inne projekty” – czy Agencja może prosić o dokładny opis wycenianych aktywności?	Zamawiający informuje, że w ramach zawartej umowy ramowej zamierza przeprowadzić w okresie obowiązywania umowy różne kampanie reklamowe i działania PR. Każdorazowo szczegółowe informacje niezbędne do realizacji kampanii i działań PR (w tym informacje o grupie docelowej, słowach kluczowych czy celach kampanii) będą precyzowane przez Zamawiającego w Zamówieniach Wykonawczych zgodnie z procedurą opisaną w § 4 wzoru umowy ramowej stanowiącej Załącznik nr 5 do SIWUR.
5.	Pytanie do załącznika 1a do formularza oferty „Internet A” : Opis „Inne projekty” – jakiego rodzaju są te projekty oraz co te projekty obejmują?	Patrz: odp. na pyt. nr 4
6.	Pytanie do załącznika 1a do formularza oferty „Internet A” : „Szacowany budżet Zamawiającego Brutto sumarycznie na okres 18 miesięcy” – czy podany budżet jest budżetem Rate Card na określonym na bazie cenników poszczególnych dostawców?	Patrz: odp. na pyt. nr 1

Lp.	Pytanie	Odpowiedź
7.	Pytanie do załącznika 1a do formularza oferty „Internet A” : „**Z uwzględnieniem wszystkich kosztów wykonawcy” – jakiego typu koszty mają Państwo na myśli, czy obejmują one tylko koszty mediowe czy także koszty technologiczne oraz przygotowania kreacji?	Przypis ten dotyczy wszelkich kosztów Wykonawcy, które ponosić on będzie w trakcie trwania umowy ramowej dla zagwarantowania oferowanego rabatu. Są to wszystkie koszty związane z przygotowaniem oferty oraz obsługą zlecenia, czyli w szczególności: planowanie i zakup mediów, analiza przesłanych materiałów do emisji, monitorowanie przebiegu zlecenia, przygotowanie raportu po wykonaniu zlecenia, przygotowanie rekomendacji oraz wniosków z przebiegu zlecenia.
8.	Pytanie do załącznika 1a do formularza oferty „Internet A” : Tabela oprócz kosztów mediowych obejmuje także koszty PR – jakiego typu działania PR mają być uwzględnione w wycenie?	Patrz: odp. na pyt. nr 4
9.	Pytanie do załącznika 1a do formularza oferty „Internet B” : Działania w sieci Google: W opisie jest Wyszukiwarka, GDN oraz You Tube. Do wyceny jest CPC a każdy kanał to inny koszt. Czy na You Tube mamy wycenić format Video czy formaty bannerowe?	Zamawiający informuje, iż w przypadku serwisu You Tube należy wycenić formaty bannerowe.
10.	Pytanie do załącznika 1a do formularza oferty „Internet B” : Czy targetowanie dla wszystkich aktywności mamy przyjąć ”Wszyscy 16-49”.	Tak, zgodnie z adnotacją.
11.	Pytanie do załącznika 1a do formularza oferty „Internet B” : Tabela oprócz kosztów mediowych obejmuje także koszty PR – jakiego typu działania PR mają być uwzględnione w wycenie?	Patrz: odp. na pyt. nr 4
12.	Załącznik 1b, zakładka radio: czy koszt w kolumnie D to jest wartość cennikowa (oficjalne cenniki stacji) powiększona o wartość VAT?	Patrz: odp. na pyt. nr 1
13.	Załącznik 1b, zakładka radio: pozycja 3 i 4; Pozycja, która będzie negocjowana w toku aukcji elektronicznej – czy to znaczy że na ten moment mamy ich nie wypełniać?	Patrz: odp. na pyt. nr 59
14.	Załącznik 1b, zakładka radio: prosimy o dookreślenie „pozostałe stacje radiowe”	Zamawiający informuje, że są to stacje nieuwzględnione tabeli.
15.	Załącznik 1b, zakładka radio: prosimy o informacje gdzie możemy wpisywać komentarze do oferty	Zamawiający informuje, iż zgodnie z art. 38 ustawy Prawo zamówień publicznych Wykonawcy mają prawo zwrócić się do zamawiającego o wyjaśnienie treści SIWUR. Zgodnie z zapisami SIWUR oferta ma być złożona w formie przewidzianej przez Zamawiającego, zgodnie z zapisami, że nie dopuszcza się ofert wariantowych, elementów negocjacyjnych. Alternatywy zawarte w treści oferty spowodują jej odrzucenie.
16.	Załącznik 1d, zakładka prasa: czy koszt w kolumnie D to jest wartość cennikowa (oficjalne cenniki wydawcy) powiększona o wartość VAT?	Patrz: odp. na pyt. nr 1
17.	Załącznik 1d, zakładka prasa: prosimy o miejsce na komentarze, pozycja 21 zawiera dużą ilość tytułów a warunki rabatowe na poszczególne tytuły są bardzo rozbieżne.	Zamawiający prosi o wskazanie jednego rabatu na wszystkie tytuły wskazane w tej pozycji.
18.	Załącznik 1d, zakładka prasa: prosimy o informacje gdzie możemy wpisywać komentarze do oferty	Patrz: odp. na pyt. nr 15
19.	Załącznik 1d, zakładka prasa: pozycja 16 i 18; Pozycja, która będzie negocjowana w toku aukcji elektronicznej – czy to znaczy że na ten moment mamy ich nie wypełniać?	Patrz: odp. na pyt. nr 59
20.	Załącznik 1f, zakładka OOH: dla dostawców AMS, CCP i Stroer prosimy o tabele dostosowane do nowych polityk handlowych 2020	Zamawiający prosi o wypełnienie załączonego wzoru Formularza Oferty.
21.	Załącznik 1f, zakładka OOH: dla wszystkich siatek wielkoformatowych – dostawcy: Braughman, Gigaboard, Synergic – prosimy o podanie konkretnych lokalizacji (adresy) i formatów	Zamawiający informuje, że w ramach zawartej umowy ramowej zamierza przeprowadzić w okresie obowiązywania umowy kampanie reklamowe w różnych lokalizacjach na terenie Polski. Każdorazowo szczegółowe informacje niezbędne do realizacji kampanii (w tym informacje o lokalizacjach oraz format nośników) będą precyzowane przez Zamawiającego w Zamówieniach Wykonawczych zgodnie z procedurą opisaną w § 4 wzoru umowy ramowej stanowiącej Załącznik nr 5 do SIWUR.
22.	Załącznik 1f, zakładka OOH: pozycja 12 CCP transit – prośba o podanie formatu	Zamawiający informuje, że w ramach zawartej umowy ramowej zamierza przeprowadzić w okresie obowiązywania umowy kampanie reklamowe na różnych nośnikach CCP na terenie Polski. Każdorazowo szczegółowe informacje niezbędne do realizacji kampanii (w tym informacje o lokalizacjach oraz format nośników) będą precyzowane przez Zamawiającego w Zamówieniach Wykonawczych zgodnie z procedurą opisaną w § 4 wzoru umowy ramowej stanowiącej Załącznik nr 5 do SIWUR.
23.	Załącznik 1f, zakładka OOH: pozycja 17 IMS – prośba o podanie formatu czy audio czy video	Zamawiający informuje, że w ramach zawartej umowy ramowej zamierza przeprowadzić w okresie obowiązywania umowy kampanie reklamowe na różnych nośnikach na terenie Polski. Każdorazowo szczegółowe informacje niezbędne do realizacji kampanii (w tym informacje o lokalizacjach oraz format nośników) będą precyzowane przez Zamawiającego w Zamówieniach Wykonawczych zgodnie z procedurą opisaną w § 4 wzoru umowy ramowej stanowiącej Załącznik nr 5 do SIWUR.
24.	Załącznik 1f, zakładka OOH: prosimy o informacje gdzie możemy wpisywać komentarze do oferty	Patrz: odp. na pyt. nr 15

Lp.	Pytanie	Odpowiedź
25.	Załącznik 1f, zakładka OOH: pozycja 26 - Synergic – prośba o informacji jakie nośniki nie-standardowe mamy wyceniać	Zamawiający informuje, że w ramach zawartej umowy ramowej zamierza przeprowadzić w okresie obowiązywania umowy kampanie reklamowe na różnych nośnikach reklamowanych na terenie Polski. Każdorazowo szczegółowe informacje niezbędne do realizacji kampanii (w tym format nośników) będą precyzowane przez Zamawiającego w Zamówieniach Wykonawczych zgodnie z procedurą opisaną w § 4 wzoru umowy ramowej stanowiącej Załącznik nr 5 do SIWUR.
26.	Załącznik 1a, zakładka TV: czy wybór stacji w ramach np. stacji TVN – tematyczne, Polsat – tematyczne etc., leży po stronie Wykonawcy	Zamawiający informuje, że szczegółowe informacje niezbędne do realizacji kampanii (w tym informacje o założeniach kampanii, zakładane do osiągnięcia wskaźniki kampanii reklamowej lub ewentualnie preferowane stacje czy media) będą precyzowane przez Zamawiającego w Zamówieniach Wykonawczych zgodnie z procedurą opisaną w § 4 wzoru umowy ramowej stanowiącej Załącznik nr 5 do SIWUR. Przygotowanie strategii mediowej i media planu będzie leżało po stronie Wykonawcy, tak aby skutecznie zrealizować wskazane założenia kampanii.
27.	Załącznik 1a, zakładka TV: czy liczba emisji w ramach danego budżetu leży po stronie Wykonawcy?	Patrz: odp. na pyt. nr 26
28.	Załącznik 1a, zakładka TV: czy udział poszczególnych pór dnia emisji, leży po stronie Wykonawcy?	Patrz: odp. na pyt. nr 26
29.	Załącznik 1cb, podpunkt 5. Czy podana liczba 1000, dotyczy liczby leadów? Nie klików/odślon jak opisuje nagłówek kolumny?	Zamawiający informuje, że chodzi o liczbę leadów.
30.	Załącznik 1, RAPORTY NIESTANDARDOWE: a. Czy mamy możliwość wyboru własnego narzędzia do tworzenia raportów? b. Jeśli nie, czy przygotowanie raporty wymaga korzystania z określonego przez Państwa narzędzia/systemu? c. Jeśli tak określonego przez Państwa, to jakiego? d. Prośba o podanie zakresu danych potrzebnych do przygotowania kompletu raportów?	a. Tak; b. Nie dotyczy; c. Nie dotyczy; d. Patrz Rozdział II Punkt 4. SIWUR i postanowienia § 6 umowy ramowej.
31.	TV: Budżet brutto – prośba o podanie definicji	Patrz: odp. na pyt. nr 1
32.	TV: W TVP grupą rozliczeniową jest All 16-59, czy mamy ja przeliczać na All 16-49 czy też podawać wycene dla właściwej grupy TVP?	Zamawiający prosi o przeliczenie grupy rozliczeniowej TVP na All 16-49.
33.	TV: Czy można prosić o rozłożenie budżetu po latach kalendarzowych? Bez poznania rocznych planowanych wydatków dokładna wycena nie jest możliwa.	Patrz: odp. na pyt. nr 1
34.	TV: Czy można prosić o rozłożenie % budżetu po miesiącach?	Patrz: odp. na pyt. nr 63
35.	TV: TVP3 - czy chodzi o pasmo wspólne regionalne ?	Zamawiający informuje, że przez "TVP regionalne (TVP3)" rozumie zarówno wspólne pasmo regionalne TVP, jak i pasma oddziałów terenowych TVP (gł. Poznań, Bydgoszcz, Szczecin, Gorzów Wlkp., Kielce, Białystok, Lublin).
36.	Radio: Budżet brutto – prośba o podanie definicji	Patrz: odp. na pyt. nr 1
37.	Prasa: Budżet brutto – prośba o podanie definicji	Patrz: odp. na pyt. nr 1
38.	Prasa: Prośba o podanie formatu który jest wyceniany	Zamawiający informuje, że gwarantowany rabat dotyczy wszystkich formatów w prasie.
39.	OOH: Budżet brutto – prośba o podanie definicji	Patrz: odp. na pyt. nr 1
40.	OOH: Prośba o doprecyzowanie jaki zakres prac obejmuje przygotowanie DTP, jest to niezbędne do wyceny.	Zamawiający informuje, że chodzi tutaj o prace związane z produkcją danego nośnika do emisji oraz dostosowanie pliku produkcyjnego do specyfikacji danego dysponenta mediów.
41.	OOH: Od 2019 w AMS i Stroer obowiązują polityki handlowe. Przy jakich założeniach mamy podać koszty tablic?	Zamawiający prosi o wypełnienie załączonego wzoru Formularza Oferty.
42.	OOH: Prośba o doprecyzowanie co oznacza wycena netto i brutto [kolumny E i F]	Zamawiający informuje, że kolumna E to wycena miesięcznej ekspozycji jednego nośnika reklamowego w kwocie netto, a kolumna F to wycena miesięcznej ekspozycji jednego nośnika reklamowego w kwocie brutto.
43.	OOH: Siatki wielkoformatowe [Braughman, Gigaboard, Synergic] – prosimy o podanie lokalizacji do wyceny	Zamawiający informuje, że w ramach zawartej umowy ramowej zamierza przeprowadzić w okresie obowiązywania umowy kampanie reklamowe w różnych lokalizacjach na terenie Polski. Każdorazowo szczegółowe informacje niezbędne do realizacji kampanii (w tym informacje o lokalizacjach oraz format nośników) będą precyzowane przez Zamawiającego w Zamówieniach Wykonawczych zgodnie z procedurą opisaną w § 4 wzoru umowy ramowej stanowiącej Załącznik nr 5 do SIWUR.

Lp.	Pytanie	Odpowiedź
44.	OOH: IMS / galerie handlowe – prośba o wskazanie co jest przedmiotem wyceny?	Zamawiający informuje, że w ramach zawartej umowy ramowej zamierza przeprowadzić w okresie obowiązywania umowy kampanie reklamowe na różnych nośnikach i lokalizacjach na terenie Polski. Każdorazowo szczegółowe informacje niezbędne do realizacji kampanii (w tym informacje o lokalizacjach oraz format nośników) będą precyzowane przez Zamawiającego w Zamówieniach Wykonawczych zgodnie z procedurą opisaną w § 4 wzoru umowy ramowej stanowiącej Załącznik nr 5 do SIWUR.
45.	OOH: Inpost /Paczkomaty - prośba o wskazanie co jest przedmiotem wyceny?	Zamawiający informuje, że w ramach zawartej umowy ramowej zamierza przeprowadzić w okresie obowiązywania umowy kampanie reklamowe na różnych nośnikach i lokalizacjach na terenie Polski. Każdorazowo szczegółowe informacje niezbędne do realizacji kampanii (w tym informacje o lokalizacjach oraz format nośników) będą precyzowane przez Zamawiającego w Zamówieniach Wykonawczych zgodnie z procedurą opisaną w § 4 wzoru umowy ramowej stanowiącej Załącznik nr 5 do SIWUR.
46.	OOH: Tranzyt [Business Consulting, Clear Channel, Metromedia] – prośba o wskazanie których miast dotyczy wycena oraz ilości nośników	Zamawiający informuje, że w ramach zawartej umowy ramowej zamierza przeprowadzić w okresie obowiązywania umowy kampanie reklamowe na różnych nośnikach i lokalizacjach na terenie Polski. Każdorazowo szczegółowe informacje niezbędne do realizacji kampanii (w tym informacje o lokalizacjach oraz format nośników) będą precyzowane przez Zamawiającego w Zamówieniach Wykonawczych zgodnie z procedurą opisaną w § 4 wzoru umowy ramowej stanowiącej Załącznik nr 5 do SIWUR.
47.	OOH: Synergic – prośba o doprecyzowanie co oznacza „nośniki niestandardowe”	Zamawiający informuje, że w ramach zawartej umowy ramowej zamierza przeprowadzić w okresie obowiązywania umowy kampanie reklamowe na różnych nośnikach reklamowych na terenie Polski. Każdorazowo szczegółowe informacje niezbędne do realizacji kampanii (w tym format i rodzaje nośników) będą precyzowane przez Zamawiającego w Zamówieniach Wykonawczych zgodnie z procedurą opisaną w § 4 wzoru umowy ramowej stanowiącej Załącznik nr 5 do SIWUR.
48.	Kino: Budżet brutto – prośba o podanie definicji	Patrz: odp. na pyt. nr 1
49.	Kino: Podany budżet jest dla 24 miesięcy, w przypadku pozostałych mediów dla 18. Prośba o potwierdzenie okresu dla podanego budżetu	Zamawiający informuje, iż dokonał modyfikacji załącznika 1g. Modyfikacja została zamieszczona na stronie internetowej.
50.	Internet: załącznik do formularza oferty od 1a do 1 j : Internet A i B, kolumna C – prośba o doprecyzowanie jakiego rodzaju formaty, aktywności kryją się pod pojęciem „inne projekty”	Patrz: odp. na pyt. nr 4
51.	Internet: załącznik do formularza oferty od 1a do 1 j : Internet A i B Szacowany budżet Zamawiającego brutto sumarycznie dla 18 mc - prośba o potwierdzenie czy podany budżet jest budżetem cennikowym (RC/RateCard) i co zawiera się w budżecie	Patrz: odp. na pyt. nr 1
52.	Internet: Budżet brutto – prośba o podanie definicji	Patrz: odp. na pyt. nr 1
53.	Internet: ** Z uwzględnieniem wszystkich kosztów Wykonawcy wraz z prowizją w trakcie trwania Umowy Ramowej - prośba o podanie jakiego rodzaju koszty mają być wliczone w rabat i podanie na przykładzie w jaki sposób są one wliczane w rabat	Patrz: odp. na pyt. nr 7
54.	Internet A, Kolumna E+F+G: Prośba o wytłumaczenie czym jest szacunkowa wartość realizacji przedmiotu zamówienia w relacji do szacowanego budżetu. Czy A szacowany budżet to wartość świadczeń przed rabatem, a szacunkowa wartość to PO rabacie, czy B szacowany budżet to środki pieniężne do wykorzystania a szacowana wartość realizacji to wartość świadczeń (najchętniej większa) realnie dostarczona reklamodawcy	Patrz: odp. na pyt. nr 1
55.	Internet B, Kolumna H: Czy tutaj należy podać cenę "jednostkową" odpowiednio za 1000 kliknięć / leadów lub 1mln odsłon?	Zamawiający informuje, że we wskazanej kolumnie należy podać cenę za 1000 kliknięć/leadów lub 1 mln odsłon.
56.	Internet B, Kolumna J: Co należy podać w polu Cena realizacji zamówienia? Czy to ma być po prostu suma wartości kolumn netto oraz VAT (H+I)	Zamawiający informuje, że w kolumnie J należy wpisać sumę wartości z kolumn H+I.
57.	Internet B, Kolumna F10: czym jest lead (prośba o adres URL do przykładowego LandingPage) oraz czy to stawka za leady przed Walidacją, za pozytywnie zwalidowane (a wtedy prośba o info jaka jest definicja pozytywnie zwalidowanego leada)	Zamawiający informuje, że w ramach zawartej umowy ramowej zamierza przeprowadzić w okresie obowiązywania umowy kampanie reklamowe na różnych modelach kampanii leadowych. Jest to stawka leada po walidacji, ale szczegółowe informacje niezbędne do realizacji kampanii (w tym metoda walidacji leadów) będą każdorazowo precyzowane przez Zamawiającego w Zamówieniach Wykonawczych zgodnie z procedurą opisaną w § 4 wzoru umowy ramowej stanowiącej Załącznik nr 5 do SIWUR.
58.	VOD, Kolumna E: dla jakich ilości, jakich świadczeń należy podać szacunkową wartość realizacji przedmiotu zamówienia? Poziom rabatu nie jest identyczny dla każdego rodzaju świadczeń VOD, dlatego określenie typu oraz ilości jest ważne.	Zamawiający prosi o wskazanie jednego rabatu dla danej pozycji. Zamawiający informuje, że w ramach zawartej umowy ramowej zamierza przeprowadzać w okresie obowiązywania umowy kampanie reklamowe na różnych modelach i nośnikach reklamowych. Każdorazowo szczegółowe informacje niezbędne do realizacji kampanii (w tym rodzaj świadczenia) będą precyzowane przez Zamawiającego w Zamówieniach Wykonawczych zgodnie z procedurą opisaną w § 4 wzoru umowy ramowej stanowiącej Załącznik nr 5 do SIWUR.

Lp.	Pytanie	Odpowiedź
59.	Wszystkie media: Prośba o wyjaśnienie, jak ma wyglądać przebieg aukcji elektronicznej oraz, czy zaznaczone miejsca wycen, w których ma obowiązywać aukcja powinny zostać uzupełnione, czy może powinny zostać puste (w oczekiwaniu na aukcję)?	<p>Zgodnie z art. 91a ust. 1 Pzp, jeżeli postępowanie jest prowadzone w trybie przetargu nieograniczonego, przetargu ograniczonego lub negocjacji z ogłoszeniem, zamawiający po dokonaniu oceny ofert w celu wyboru najkorzystniejszej oferty przeprowadza aukcję elektroniczną, jeżeli przewidział to w ogłoszeniu o zamówieniu, zaproszeniu do potwierdzenia zainteresowania lub w ogłoszeniu o ustanowieniu systemu kwalifikowania wykonawców, a przy tym można w sposób precyzyjny określić treść specyfikacji istotnych warunków zamówienia oraz złożono co najmniej dwie oferty niepodlegające odrzuceniu.</p> <p>Konstrukcja wspomnianego przepisu wskazuje, że aukcja elektroniczna jest ostatnią czynnością poprzedzającą wybór najkorzystniejszej oferty. Zatem zamawiający przed jej przeprowadzeniem musi dokonać pełnej weryfikacji spełnienia warunków udziału w postępowaniu oraz braku podstaw do wykluczenia, a także zbadać, czy oferty nie podlegają odrzuceniu.</p> <p>Aukcja otwiera się w terminie określonym w zaproszeniu. Poziomem wyjściowym są dla każdego wykonawcy w poszczególnych kryteriach wartości zaproponowane w ofertach złożonych w pisemnej części postępowania.</p> <p>W toku aukcji wykonawcy składają kolejne, korzystniejsze postąpienia, poprawiając swoje oferty w zakresie tych kryteriów, uzyskując dzięki temu wyższą punktację.</p> <p>W toku aukcji wykonawcy będą na bieżąco informowani o pozycjach swoich ofert, otrzymanych przez nie punktacjach oraz o punktacji oferty najkorzystniejszej. Ograniczeniem wynikającym z ustawy – Prawo zamówień publicznych jest zakaz ujawniania informacji umożliwiających identyfikację wykonawców.</p> <p>Oznacza to, że w toku aukcji oferty nie mogą być opisane nazwami lub nazwiskami wykonawców lub jakimikolwiek innymi informacjami pozwalającymi na powiązanie oferty z konkretnym wykonawcą.</p> <p>Punkt 20.7 SIWUR określa jakie pozycje będą negocjowane w toku aukcji elektronicznej.</p> <p>Wykonawca składając ofertę w postępowaniu zobowiązany jest do wyceny wszystkich pozycji oraz pól w formularzu oferty, jak również. Zamawiający zgodnie z pkt.20.5 przekaże Wykonawcą zaproszenia do udziału w aukcji elektronicznej, gdzie zawrze reguły aukcji. Zamawiający przewiduje przeprowadzenie aukcji testowej w celu zapoznania się z platformą zakupową.</p> <p>Wykonawca składając ofertę w postępowaniu zobowiązany jest do wyceny wszystkich pozycji oraz pól w formularzu oferty. Zamawiający, zgodnie z pkt. 20.5 SIWUR, przekaże Wykonawcom zaproszenia do udziału w aukcji elektronicznej, w których zawarte będą reguły aukcji. Zamawiający przewiduje przeprowadzenie aukcji testowej w celu zapoznania się Wykonawcy z platformą zakupową.</p>
60.	Wszystkie media: Czy dokumenty muszą być podpisane fizycznie przez upoważnione osoby i przesłane do Państwa, niezależnie od obecnej sytuacji, w której zaleca się unikać przekazywania przesyłek?	<p>Art. 10a ust. 5 Pzp stanowi, że oferty, wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu oraz oświadczenie, o którym mowa w art. 25a Pzp, w tym JEDZ, sporządza się, pod rygorem nieważności, w postaci elektronicznej i opatruje się kwalifikowanym podpisem elektronicznym.</p> <p>Ofertę w postępowaniach objętych elektroniczną należy złożyć przy użyciu środków komunikacji elektronicznej. Zgodnie z art. 2 pkt 5) ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną środkami komunikacji elektronicznej są rozwiązania techniczne, w tym urządzenia teleinformatyczne i współpracujące z nimi narzędzia programowe, umożliwiające indywidualne porozumiewanie się na odległość przy wykorzystaniu transmisji danych między systemami teleinformatycznymi, a w szczególności pocztę elektroniczną. Urząd Zamówień Publicznych udostępnił w tym celu narzędzie – miniPortal. Zamawiający informuje, że zgodnie z pkt. 11.1 SIWUR ofertę wraz z wymaganymi dokumentami należy złożyć za pośrednictwem <i>Formularza do złożenia, zmiany, wycofania oferty lub wniosku</i> dostarczonego przez ePUAP i udostępnionego na miniPortalu.</p> <p>Sposób przygotowania oferty został szczegółowo opisany w Rozdziale I pkt 8 SIWUR.</p>
61.	W kolumnie F model jako CPL, w kolumnie G jednostka jako odsłony/kliknięcia? Czy mamy zrobić estymację kosztu pozyskania 1000 leadów? Czyli koszt za 1000 kliknięć czy działań leadowych?	Zamawiający informuje, że chodzi o liczbę leadów.
62.	Co ma być tutaj leadem? Jak wygląda formularz, ile ma pól? Jaka jest definicja leada, jak będzie wyglądać walidacja? Czy w tabelce mam podać wszystkie leady, czy leady zwalidowane? Jaki był do tej pory średni poziom walidacji?	Zamawiający informuje, że w ramach zawartej umowy ramowej zamierza przeprowadzić w okresie obowiązywania umowy kampanie reklamowe na różnych modelach kampanii leadowych. Jest to stawka leada po walidacji, ale szczegółowe informacje niezbędne do realizacji kampanii (w tym liczba pól formularza leadowego, metoda walidacji leadów) będą każdorazowo precyzowane przez Zamawiającego w Zamówieniach Wykonawczych zgodnie z procedurą opisaną w § 4 wzoru umowy ramowej stanowiącej Załącznik nr 5 do SIWUR.

Lp.	Pytanie	Odpowiedź
63.	W załączniku do formularza oferty od 1a do 1j, w arkuszu dotyczącym telewizji w komórce D5 jest informacja o szacowanym budżecie dla 18 miesięcy, natomiast cały plik ma podział na 12 miesięcy (styczeń-grudzień). Która informacja jest wiążąca (12 czy 18 miesięcy)?	Zamawiający informuje, że Szacowany budżet zamawiającego określono na 18 miesięcy. Kwota ta jest rozłożona proporcjonalnie na poszczególne miesiące i jest wartością brutto kalkulowaną na potrzeby wskazania przez Wykonawcę wartości gwarantowanych minimalnych rabatów w poszczególnych stacjach/tytułach/nośnikach, a następnie dokonania oceny ofert. Szacowane budżety miesięczne związane są z przybliżonymi wydatkami w zależności od spodziewanej aktywności Zamawiającego w danym miesiącu i nie są wiążące dla Zamawiającego.
64.	Czy podany budżet dla TV jest zakładany na 12 czy 18 miesięcy?	Patrz: odp. na pyt. nr 63
65.	W tabeli jest zakres od stycznia do grudnia, czy to oznacza, że projekt rozpocznie się w styczniu 2021 roku? Jaki jest przewidziany termin realizacji działań?	Patrz: odp. na pyt. nr 4 i pyt. nr. 63
66.	Czy Zamawiający może wskazać / umiejscowić podane 12 mcy w czasie, tj. czy oferta ma zakładać przykładowy okres wrz-gru 2020 i sty-sierp 2021, jeszcze inaczej? W kontekście nieprzewidywalnych zmian cenników w związku z odwołaniem masowych wydarzeń np. sportowych, ma to istotny wpływ czy składamy np. ofertę wiążącą na czerwiec 2020 r. czy na czerwiec 2021.	Patrz: odp. na pyt. nr 4 i pyt. nr. 63
67.	Czy podane zakładane budżety są budżetami, które Zamawiający ma zamiar wydać? Jeśli mają się one zmienić (w szczególności chodzi o zmniejszenie), o ile maksymalnie procent?	Patrz: odp. na pyt. nr 63
68.	W arkuszu „KINO” jest informacja o sumarycznym budżecie 246 000 PLN brutto na 24 miesiące. Czy ta kwota jest poprawna, ponieważ jest ona stosunkowo niska, jeśli chodzi o działania na 2 lata.	Zamawiający informuje, iż dokonał modyfikacji załącznika 1g. Modyfikacja została zamieszczona na stronie internetowej. Prawidłowa wartość to 18 miesięcy.
69.	Biorąc pod uwagę, że w pliku Excel wartości są podane dla kilku przedziałów 12, 18 i 24 miesiące – prosba informację czy to poprawny zapis oraz w jakim dokładnie terminie mają być realizowane poszczególne działania.	Zamawiający informuje, iż zgodnie z punktem 4.1 SIWUR umowa ramowa obowiązuje przez 18 (słownie: osiemnaście) miesięcy od dnia jej zawarcia.
70.	Jakie przykładowe działania mogą być realizowane w ramach projektów specjalnych?	Zamawiający informuje, że przez realizację projektów specjalnych rozumie np. realizację projektów okolicznościowych, łączących różnego rodzaju środki przekazu (np. prasę, internet, tv), skupiających się na określonej tematyce (np. partnerstwo cyklu artykułów, partnerstwo dodatku tematycznego etc.). Więcej o projektach specjalnych: patrz Rozdział II Punkt 3. SIWUR.
71.	Czy w przypadku przekroczenia zakładanego czasu poświęconego na projekty specjalne Zamawiający zrobi wyrównanie kosztów zgodnie z liczbą dodatkowych godzin poświęconych na realizację tych działań?	Wykonawca deklaruje czas poświęcony na realizację projektów specjalnych w Ofercie złożonej zgodnie z procedurą określoną w § 4 umowy ramowej stanowiącej Załącznik nr 5 do SIWUR. Zaakceptowana przez Zamawiającego oferta jest wiążąca wobec Wykonawcy, a realizacja Zamówień Wykonawczych do zaakceptowanej przez Zamawiającego Oferty odbywa się w oparciu o postanowienia § 5 umowy ramowej stanowiącej Załącznik nr 5 do SIWUR.
72.	Czy Zamawiający będzie we własnym zakresie negocjował warunki działań w ramach projektów specjalnych i jedynie przekaże wykonawcy informacje do realizacji działań?	Patrz: Rozdział II Punkt 3. SIWUR
73.	Czy Zamawiający dopuszcza dowolność w wyborze narzędzia do zliczania efektów kampanii online (to opcjonalne pytanie, może warto dowiedzieć się, czy możemy to robić przez CCX).	Zamawiający informuje, iż dopuszcza możliwość w wyborze narzędzi do zliczania efektów kampanii online
74.	Jaka jest wartość zamówienia dla przetargu, od której będzie realizowany poniższy zapis SIWUR i kalkulowana relacja ceny oferty do wartości zamówienia? "W przypadku, gdy cena całkowita oferty jest niższa o co najmniej 30% od: 14.9.1. wartości zamówienia powiększonej o należny podatek od towarów i usług, ustalonej przed wszczęciem postępowania zgodnie z art. 35 ust. 1 i 2 ustawy Pzp lub średniej arytmetycznej cen wszystkich złożonych ofert, Zamawiający zwraca się o udzielenie wyjaśnień, o których mowa w ust. 1 art. 90 ustawy Pzp, chyba że rozbieżność wynika z okoliczności oczywistych, które nie wymagają wyjaśnienia;	Zamawiający informuje, iż zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Rozwoju z dnia 26 lipca 2016 r. w sprawie protokołu postępowania o udzielenie zamówienia publicznego (Załącznik nr 1: Protokół postępowania o udzielenie zamówienia w trybie przetargu nieograniczonego (druk ZP-PN), pkt 2 ppkt 4) wartość zamówienia zostanie wypełniona po otwarciu ofert. Na tym etapie postępowania Zamawiający nie udostępnia wartości zamówienia.
75.	Dla formularza cenowego stanowiącego załącznik nr 1cb, jak mamy interpretować kolumnę G w kontekście "Ceny realizacji przedmiotu zamówienia brutto"? Czy w kolumnie J mamy zaoferować cenę za jaką Wykonawca zrealizuje dla danej pozycji podaną wartość w kolumnie G?	Zamawiający informuje, iż w kolumnie J należy zaoferować cenę, za jaką Wykonawca zrealizuje dla danej pozycji podaną wartość w kolumnie G.
76.	Dla formularzy cenowych stanowiących załączniki nr 1a-g występuje przypis "Z uwzględnieniem wszystkich kosztów Wykonawcy wraz z prowizją w trakcie trwania Umowy Ramowej". O jakiej prowizji mowa? Gdzie pojawia się w dokumentach przetargowych, nie możemy znaleźć takiej pozycji.	Patrz: odp. na pyt. nr 7

Lp.	Pytanie	Odpowiedź
77.	Czy "Monitoring" zdefiniowany w par. 6 pkt 23 Projektu Umowy wchodzi w zakres realizacji raportów niestandardowych opisanych w rozdz II, pkt 4. SIWUR?	Zamawiający informuje, że monitorowanie cykliczne, o którym mowa w § 6 ust. 23 umowy ramowej wchodzi w zakres standardowych usług raportowania, a przy ich realizacji nie mają zastosowania postanowienia umowy ramowej dotyczące raportów niestandardowych. Monitoring realizowany jest w sposób cykliczny, w ramach umowy ramowej, bez dodatkowego wynagrodzenia.
78.	Czy podana minimalna wartość postąpienia dla aukcji elektronicznej pkt 20.11, ppkt d) jest prawidłowa?	Zamawiający informuje, iż podana wartość jest prawidłowa.
79.	Czy podana minimalna wartość postąpienia dla aukcji elektronicznej odnosi się do sumy wartości wskazanych w kolumnie "Cena realizacji przedmiotu zamówienia brutto (zł)(H+I)" dla negocjowanych pozycji? Innymi słowy, czy np. w przypadku części INTERNET A podana wartość dotyczy sumy wartości Grupa Wirtualna Polska S.A. i Polska Press Sp. z o.o., czy każdej z tych pozycji osobno.	Zamawiający informuje, iż podana wartość postąpienia dotyczy każdej z tych pozycji osobno. Zgodnie z treścią SIWUR (pkt 20.7.3.1 i 20.7.3.2) będą one oddzielnie negocjowane podczas aukcji elektronicznej.
80.	Czy w ramach etapu negocjacji będzie negocjowana całkowita suma wartości wskazanych w kolumnie "Cena realizacji przedmiotu zamówienia brutto (zł)(H+I)" dla negocjowanych pozycji, czy negocjowane będą poszczególne wskazane pozycje i ich wartości w tej kolumnie?	Pozycje, które będą podlegały postąpieniu w toku aukcji elektronicznej są odpowiednio oznaczone w Załączniku do formularza oferty (plik "Załącznik do formularza oferty od 1a do 1 j.xlsx").

Zamawiający informuje, że dokonał modyfikacji załącznika 1g – Kino, zmodyfikowany załącznik został zamieszczony na stronie internetowej Zamawiającego.

W pozostałym zakresie zapisy SIWZ pozostają bez zmian.

Z poważaniem,

Aneta Włodarczak
Przewodniczący Komisji Przetargowej

Otrzymują:
adresat, a/a