

**Wykonawcy
(uczestnicy postępowania)**

Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego w Białymstoku informuje, iż w postępowaniu przetargowym nr **BO-II.272.37.2014 Kampania Medialna Województwa Podlaskiego w ramach projektu pn. „Podlaskie – odwieczna potrzeba natury”** wpłynęły pytania dotyczące treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia, których treść wraz z odpowiedziami przekazuję poniżej:

Pytanie 1

Zgodnie z odpowiedzią Zamawiającego na Pytanie 7 w dokumencie z dnia 20.11.2014 (BO-II.272.37.2014): *"Tak, działanie Banner FX Video to co najmniej 5% budżetu na działania internetowe (w tym działaniu zawiera się: emisja zasięgowa oraz profilowana na portale o tematyce turystycznej/podróżniczej, kreacja z zaszytym Video 15': Double Billboard (750x200px), Rectangle (300x250px))"* - **Wykonawca może pominąć w Załączniku nr 1.2 do SIWZ zapis o remarketingu w działaniu Banner FX Video, któremu został wyodrębniony oddzielny plan emisyjny? Prosimy o doprecyzowanie zapisów w tym działaniu z Załączniku nr 1.2 do SIWZ.**

Odpowiedz:

Załącznik 1.2. do SIWZ jest uzupełnieniem Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia. Wykonawca nie może pominąć zapisu o remarketingu w działaniu Banner FX Video.

Pytanie 2

Zgodnie z odpowiedzią Zamawiającego na Pytanie 11 w dokumencie z dnia 20.11.2014 (BO-II.272.37.2014): *"Zamawiający nie wprowadzi zmiany zapisów SIWZ. Serwisy premium, które spełniają założenia ujęte w SIWZ (liczba UU miesięcznie pow. 100 000) to dla przykładu: Turystyka.wp.pl, Nationalgeographic.pl, Wiadomości.wp.pl, Styl.pl, Kobieta.pl, Polskatimes.pl, Fakty.interia.pl lub inne. Są to serwisy zarówno dedykowane turystyce, jak i serwisy ogólnotematyczne będące dobrym miejscem na artykuły sponsorowane promujące województwo podlaskie"* - **Wykonawca powinien zlecić samo napisanie artykułów blogerom, natomiast sama emisja tych artykułów powinna nastąpić w serwisach Standard i Premium?**

Odpowiedz:

Tak, Wykonawca powinien zlecić napisanie artykułów np. blogerom, natomiast emisja tych artykułów powinna być wyemitowana w artykułach Premium i Standard.

Pytanie 3

Zgodnie z odpowiedzią Zamawiającego na Pytanie 12 w dokumencie z dnia 20.11.2014 (BO-II.272.37.2014):

"MODUŁ PAKIET TURYSTYKA

Załącznik nr 1 do SIWZ mówi:

"Pakiet turystyka - reklama banerowa w witrynach poświęconych tematyce związanej z turystyką i podróżowaniem:

a)Co najmniej 6% budżetu na działania internetowe
b)Formaty do zastosowania: Double Billboard (750x200px), Billboard (750x 100px), Rectangle (300x250px), Skyscraper (120x600) oraz (160x600), Banner (468x60px) oraz (728x90px)"

W załączniku Excel z kolei rozbito to na 2 części, które dodatkowo różnią się planem emisyjnym:

"•Serwisy związane z turystyką, podróżowaniem, co najmniej 6% (łącznie dla Pakietu Turystyka) budżetu na działania internetowe •Profil behawioralny (osoby interesujące się turystyką, aktywnie spędzające czas), co najmniej 5% (łącznie dla Pakietu Turystyka) budżetu na działania internetowe

A)Którym dokumentem należy się posługiwać?

Odpowiedź:

Należy posługiwać się załącznikiem nr 1 do SIWZ"

- jeśli Wykonawca dla tego działania powinien posługiwać się załącznikiem nr 1 do SIWZ, to oznacza to że w Załączniku nr 1.2 do SIWZ moduł z profilem behawioralnym dla działania Pakiet Turystyka powinien zostać usunięty. Prosimy o doprecyzowanie zapisów w tym działaniu z Załączniku nr 1.2 do SIWZ.

Odpowiedz:

Załącznik 1.2 do SIWZ jest uzupełnieniem i uszczegółowieniem Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia.

Pytanie 4

Stacja RMF FM potwierdziła oficjalnie, że nie wyemituje na żadnej swojej antenie spotów 180"

Zatem nie ma możliwości zrealizowania tego wymogu SIWZ. Czy Zamawiający zmieni zapisy dotyczące kampanii radiowej?

Odpowiedz:

Z informacji otrzymanych z RMF FM istnieje możliwość wyemitowania audycji o długości 180 sekund.

Pytanie 5

- Stacja TVN nie wyraża zgody na udział wybranych celebrytów: pana Marka Twardowskiego i Pawła Skowrońskiego. Redakcja TVN może zaproponować celebrytę wg własnego uznania.

Odpowiedz:

W punkcie V.1. 1.2 SOPZ jest zapis " Wykonawca powinien zapewnić aktorów/ celebrytów, rodem z województwa podlaskiego, o nośnym i rozpoznawalnym nazwisku oraz wizerunku w konsultacji z Zamawiającym.". Wykonawca nie wymaga udziału w działaniu Product Placement Pana Marka Twardowskiego oraz Pana Pawła Skowrońskiego.

- Jeden Product Placement może trwać 2,5 minuty a nie 3 minuty.

Odpowiedz:

Z informacji otrzymanych od redakcji Dzień Dobry TVN istnieje możliwość wyemitowania audycji o długości co najmniej 3 minuty.

- Dodatkowo Zamawiający wymaga aby Product Placement został wyemitowany w stacjach ogólnopolskich naziemnej telewizji publicznej w sobotę między 8 a 11 o najwyższej oglądalności np. Dzień Dobry TVN. Stacja TVN nie jest nadawcą publicznym zatem wg SIWZ nie może być brana pod uwagę. Czy Zamawiający wymaga aby Product Placement został wyemitowany tylko w TVP?

Jeśli tak, to program Pytanie na Śniadanie nie spełnia kryteriów oglądalności. Proszę o doprecyzowanie zadania 1.2. Product Placement

Odpowiedz:

W punkcie V.1. 1.2 SOPZ celowo został wskazany przykładowy program, aby nie budzić wątpliwości odnośnie telewizji publicznej. Telewizja publiczna rozumiana jest za telewizję, którą może oglądać osoba nie posiadająca kablówki lub satelity – a taką jest np. TVN, Polsat i inne.

Pytanie 6

Czas emisji jednego artykułu na portalu to 30 dni? Artykuły są zamieszczane na portalach na 1 tydzień, Czy Zamawiający mimo to wymaga aby każdy artykuł był zamieszczony przez miesiąc na portalach (nie na blogach)?

Odpowiedz:

Tak, Zamawiający wymaga aby artykuły były zamieszczane na portalach przez miesiąc.