

Białystok, 2014.11.13

BO-II.272.37.2014

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

W przypadku działań Product Placement konieczne jest wyemitowanie 3 audycji w kolejne soboty. Na briefie zaznaczone są tylko 2 tygodnie dla tej aktywności. Czy Zamawiający zmienia ten termin działań Product Placement? Dodatkowo stacja TVN nie wyraża zgody na zamieszczenie 2 lub 3 audycji tydzień po tygodniu dotyczących jednego tematu. Czy zatem zmieni ten zapis SIWZ?

Odpowiedź: Tak, Zamawiający zmienia zapis w załączniku nr 1.3 do SIWZ dotyczący czasu emisji w lokowaniu produktu.

Pytanie 2

Stacja RMF FM nie zgadza się na wyemitowanie na swojej antenie spotów o długości 180 sekund. Czy Zamawiający dopuszcza możliwość, że te spoty będą wyemitowane w stacji o dużo mniejszej słuchalności np. RMF Maxx?

Odpowiedź: Tak, jest możliwość, że stacja ogólnopolska o wysokiej słuchalności wyemituje krótsze audycje zapraszające na audycję 180 sekundową, która może być wyemitowana w innej ogólnopolskiej stacji radiowej.

Ponadto informuję, iż zamawiający na podstawie art. 38 ust. 4 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2013 r. poz.907 ze zm.) wprowadza następujące zmiany do Specyfikacji istotnych warunków zamówienia:

Zmiana do załącznika nr 1 do SIWZ (Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia)
punkt V.1.3.1 ppkt 2,3
Poprzednie brzmienie:

- 1) *Wymagany zasięg całkowity powinien być na poziomie co najmniej 200 000 widzów*
- 2) *Minimalny GRP 800 dla całej kampanii spotowej (w tym minimum 30% w TVP1, TVP2, TVN, Polsat)*

Brzmienie po zmianie:

- 1) *Wymagany zasięg całkowity powinien być na poziomie co najmniej 4 500 000 widzów*

- 2) **Minimalny GRP 600 dla całej kampanii spotowej** (w tym minimum 30% w TVP1, TVP2, TVN, Polsat)

Zmiana do załącznika nr 1 do SIWZ (Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia) punkt V.1.2.1 ppkt 3,4

Poprzednie brzmienie:

- 1) *Wymagany poziom oglądalności danej audycji powinien być na poziomie, co najmniej 3 000 000 widzów (zgodnie z systemem obliczania oglądalności telewizji w Polsce typu: Nielsen Audience Measurement) licząc dla całej populacji (dla Grupy Docelowej minimalny poziom oglądalności to 550 000)*
- 2) **Minimalny GRP 11,0**

Brzmienie po zmianie:

- 1) *Wymagany poziom oglądalności danej audycji powinien być na poziomie, co najmniej 3 000 000 widzów (zgodnie z systemem obliczania oglądalności telewizji w Polsce typu: Nielsen Audience Measurement) licząc dla całej populacji, natomiast dla Grupy Docelowej minimalny poziom oglądalności to 300 000 osób*
- 2) **Minimalny GRP 7,0**

W załączeniu przedkładamy ujednolicony załącznik nr 1.3 do SIWZ.

W związku z powyższym zmianie ulega termin składania ofert na dzień 8 grudnia 2014 r. godz. 10.00. Otwarcie ofert nastąpi w dniu 8 grudnia 2014 r. o godz. 11.00.

DYREKTOR
Departament Edukacji, Sportu
i Turystyki
[Podpis]
Bartłomiej Andruk