



Warszawa, dnia 10.10 2015 r.

**BA-F-II-3710-46/15**

### **Wszyscy zainteresowani**

dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na „Przeprowadzenie ogólnopolskiej kampanii informacyjnej dotyczącej uprawnień przysługujących osobom pokrzywdzonym przestępstwem ze wskazaniem jak je realizować”.

Ministerstwo Sprawiedliwości jako zamawiający w ww. postępowaniu zgodnie z art. 38 ust. 1, ust. 2 i 4 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2013 r., poz. 907 ze zm.) – zwanej dalej „ustawą”, uprzejmie informuje o pytaniach jakie zostały zadane oraz o udzielonych odpowiedziach i zmianie treści SIWZ.

#### **Pytanie nr 1**

Konkretnie nasze wątpliwości budzi wymagana liczba wyświetleń:

„liczba wyświetleń wszystkich filmów animowanych w okresie trwania kampanii - po 250 000 na każdym portalu, łącznie 1 000 000 wyświetleń:

Czy chodzi o liczbę wyświetleń czy pełnych obejrzeń materiałów video?

#### **Odpowiedź**

Zgodnie z treścią Tomu II §6 SIWZ chodzi o liczbę wyświetleń.

#### **Pytanie nr 2**

Czy konieczne jest przesyłanie wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu?

Czy możemy normalnie złożyć ofertę przed ostatecznym terminem składania ofert?

#### **Odpowiedź**

Zgodnie z rozdz. 3 Tom I SIWZ postępowanie prowadzone jest w trybie przetargu nieograniczonego, co oznacza, że każdy zainteresowany podmiot, jeżeli spełnia warunki udziału w postępowaniu, może złożyć ofertę w wyznaczonym przez zamawiającego terminie, bez konieczności przesyłania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu.

#### **Pytanie nr 3**

w związku z postępowaniem przetargowym na przeprowadzenie ogólnopolskiej kampanii informacyjnej dotyczącej uprawnień przysługujących osobom pokrzywdzonym przestępstwem ze wskazaniem jak je realizować, zwracamy się z prośbą o wyjaśnienie poniższej rozbieżności w treść SIWZ:

#### **IV. ZAKRES PROWADZONEJ KAMPANII INFORMACYJNEJ**

##### **1. Kampania w prasie**

c) miejsce zamieszczenia artykułów sponsorowanych:

- popularny dziennik ogólnopolski, który ukazuje się w postaci drukowanej - raz na tydzień w głównym wydaniu o zasięgu ogólnopolskim.

d) zakres zadań Wykonawcy w ramach artykułów sponsorowanych:

- szacowany okres ukazywania się artykułów sponsorowanych: od dnia 1 stycznia 2016 roku do 29 lutego 2016, cztery artykuły sponsorowane ukażą się w każdym wydaniu dwutygodnika, dwanaście artykułów publikacji ukaże się w dzienniku w odstępach do 8 dni. W związku z powyższym, artykuły sponsorowane powinny ukazywać się raz w tygodniu, w odstępie do 8 dni. Oznacza to, że w okresie od 1 stycznia 2016 do 29 lutego 2016, artykuły te mogą zostać opublikowane max. 10 razy.

Uprzejmie proszę o informację, w jaki sposób mamy interpretować ten zapis.

#### **Odpowiedź**

Zgodnie z SIWZ, szacowany okres ukazywania się artykułów sponsorowanych: od dnia 1 stycznia 2016 roku do 29 lutego 2016, cztery artykuły sponsorowane ukażą się w każdym wydaniu dwutygodnika, dwanaście artykułów publikacji ukaże się w dzienniku w odstępach do 8 dni. Zamawiający oznaczył maksymalny odstęp pomiędzy publikacjami, lecz taki zapis nie wyklucza większej częstotliwości ukazywania się artykułów. Wykonawca liczy co 8 dni, a jest zapisane „w odstępach do 8 dni”. Nie wyklucza to sytuacji że artykuł może ukazać się co dwa dni lub co cztery dni lub nawet dzień po dniu. Zamawiający określił tylko górną granicę.

#### **Pytanie nr 4**

W Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia jest informacja dotycząca dopuszczalnych formatów artykułu sponsorowanego:

„Dopuszczalne formaty publikacji dla 16 artykułów sponsorowanych (12 modułów): prostokąt o proporcjach boków poziom x pion 3x4, 4x3:

O ile w dziennikach ogólnopolskich artykuły sponsorowane zamawiają się w oparciu o ilość modułów, o tyle w dwutygodnikach, które Wykonawca chciałby wziąć pod uwagę (i które spełniają warunki opisane w SOPZ), reklama jest zamawiana w wielkości 1 strona, ½ strony, 1/3 strony lub ¼ strony przy czym 1 strona ma wymiary 210x280 mm.

Prosimy zatem o wyjaśnienie, który format w przypadku dwutygodników Zamawiający bierze pod uwagę i/lub dokonanie modyfikacji SIWZ, która uwzględniłaby ten format.

#### **Odpowiedź**

Zamawiający wprowadza zmianę SIWZ w tym zakresie. Patrz zmiana SIWZ nr 1, 2 i 5.

#### **Pytanie nr 5**

Prosimy o wyjaśnienie, czy artykuły sponsorowane mają być czarno-białe czy w kolorze? Na str. 39 Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia jest zapis:

„zamieszczenie na stronach redakcyjnych w grzbiecie głównym wydania ogólnopolskiego jednego płatnego dziennika i jednego dwutygodnika 16 edycji artykułów sponsorowanych o wymiarach 12 modułów każdy, w formie czarno-białej:

Natomiast na stronie 40 widnieje zapis:

„kolorystyka publikacji – pełne kolory”

#### **Odpowiedź**

Zamawiający wprowadza zmianę SIWZ w tym zakresie. Patrz zmiana SIWZ nr 2.

#### **Pytanie nr 6**

Na stronie 39, Zamawiający umieścił informację:

zamieszczenie na stronach redakcyjnych w grzbiecie głównym wydania ogólnopolskiego jednego płatnego dziennika i jednego dwutygodnika 16 edycji artykułów sponsorowanych o wymiarach 12 modułów każdy, w formie czarno-białej.

Jednak na kolejnej stronie 40, w części Szczegółowa specyfikacja (w tym techniczna) i harmonogram dotyczące publikacji artykułów sponsorowanych, Zamawiający umieścił punkt:

- kolorystyka publikacji - pełne kolory.

Uprzejmie proszę o odpowiedź i wyjaśnienie powyższej rozbieżności.

#### **Odpowiedź**

Patrz odpowiedź na pytanie nr 5.

**Zgodnie z art. 38 ust. 4 ustawy Pzp Zamawiający dokonuje zmiany treści SIWZ:**

**1. Tom II, §4 ust. 1 SIWZ przed zmianą:**

W ramach kampanii prowadzonej w prasie Wykonawca zobowiązuje się przygotować, opracować pod względem graficznym i edytorskim, wykonać skład oraz opublikować na stronach redakcyjnych w grzbiecie głównym 16 edycji artykułów sponsorowanych o wymiarach 12 modułów każdy, w tym:

- a) 12 artykułów w wydaniu ogólnopolskim jednego płatnego dziennika, odpowiadającego wymaganiom określonym w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia,
- b) 4 artykuły w dwutygodniku odpowiadającym wymaganiom określonym w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia.

**Tom II, §4 ust. 1 SIWZ otrzymuje brzmienie:**

W ramach kampanii prowadzonej w prasie Wykonawca zobowiązuje się przygotować, opracować pod względem graficznym i edytorskim, wykonać skład oraz opublikować na stronach redakcyjnych w grzbiecie głównym 16 edycji artykułów sponsorowanych, każdy o objętości minimum 5.000 znaków (ze spacjami), w tym:

- a) 12 artykułów w wydaniu ogólnopolskim jednego płatnego dziennika, odpowiadającego wymaganiom określonym w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia,
- b) 4 artykuły w dwutygodniku odpowiadającym wymaganiom określonym w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia.

**2. Tom III, pkt IV ust. 1 lit b) SIWZ przed zmianą:**

b) wymagania dotyczące artykułów sponsorowanych:

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie na podstawie wskazówek merytorycznych otrzymanych od Zamawiającego 16 edycji artykułów sponsorowanych na temat uprawnień pokrzywdzonych przestępstwem, w tym:

- przygotowanie tekstów,
- opracowanie koncepcyjne formy graficznej,
- opracowanie edytorskie,
- przygotowanie do druku,
- zamieszczenie na stronach redakcyjnych w grzbiecie głównym wydania ogólnopolskiego jednego płatnego dziennika i jednego dwutygodnika 16 edycji artykułów sponsorowanych o wymiarach 12 modułów każdy, w formie czarno-białej.

**Tom III, pkt IV ust. 1 lit b) SIWZ otrzymuje brzmienie:**

b) wymagania dotyczące artykułów sponsorowanych:

przedmiotem zamówienia jest opracowanie na podstawie wskazówek merytorycznych otrzymanych od Zamawiającego 16 edycji artykułów sponsorowanych na temat uprawnień pokrzywdzonych przestępstwem, w tym:

- przygotowanie tekstów,
- opracowanie koncepcyjne formy graficznej,
- opracowanie edytorskie,
- przygotowanie do druku,
- zamieszczenie na stronach redakcyjnych w grzbiecie głównym wydania ogólnopolskiego jednego płatnego dziennika i jednego dwutygodnika 16 edycji artykułów sponsorowanych o objętości 5.000 znaków (ze spacjami) każdy, w formie kolorowej.

### **3. Tom III, pkt IV ust. 1 lit c) SIWZ przed zmianą:**

c) miejsce zamieszczenia artykułów sponsorowanych:

- popularny dziennik ogólnopolski, który ukazuje się w postaci drukowanej - raz na tydzień w głównym wydaniu o zasięgu ogólnopolskim;
- popularny dwutygodnik ogólnopolski, który ukazuje się w postaci drukowanej, o charakterze poradnikowym, o różnorodnej tematyce związanej z życiem codziennym, zawierający krótkie opowiadania i reportaże - jeden artykuł w każdym wydaniu w okresie trwania kampanii.
- każdy z zamieszczanych artykułów będzie poświęcony innej tematyce - nie ma możliwości zamieszczenia tego samego artykułu w dzienniku oraz dwutygodniku.
- zamawiający nie dopuszcza możliwości publikacji obejmującej ogłoszenia i reklamy drobne, tj. ogłoszenia, dla których podstawą wyceny jest linia tekstu.

### **Tom III, pkt IV ust. 1 lit c) SIWZ otrzymuje brzmienie:**

c) miejsce zamieszczenia artykułów sponsorowanych:

- popularny dziennik ogólnopolski, który ukazuje się w postaci drukowanej;
- popularny dwutygodnik ogólnopolski, który ukazuje się w postaci drukowanej, o charakterze poradnikowym, o różnorodnej tematyce związanej z życiem codziennym, zawierający krótkie opowiadania i reportaże - jeden artykuł w każdym wydaniu w okresie trwania kampanii.
- każdy z zamieszczanych artykułów będzie poświęcony innej tematyce - nie ma możliwości zamieszczenia tego samego artykułu w dzienniku oraz dwutygodniku.
- zamawiający nie dopuszcza możliwości publikacji obejmującej ogłoszenia i reklamy drobne, tj. ogłoszenia, dla których podstawą wyceny jest linia tekstu.

### **4. Tom III, pkt IV ust. 1 lit e) SIWZ przed zmianą:**

e) szczegółowa specyfikacja (w tym techniczna) i harmonogram dotyczące publikacji artykułów sponsorowanych:

- artykuły sponsorowane powinny ukazać się w terminach uzgodnionych między Zamawiającym a Wykonawcą;
- rozkład terminów (dzień tygodnia) publikacji w dzienniku zostanie zaproponowany przez Wykonawcę;
- liczba wszystkich edycji artykułów sponsorowanych – 16;
- artykuły sponsorowane zostaną zamieszczone na stronach redakcyjnych w grzbiecie głównym, w przypadku dziennika - w grzbiecie głównym wydania ogólnopolskiego;
- reklamy na stronie, gdzie zostanie zamieszczony artykuł sponsorowany, będą stanowiły nie więcej niż 50 proc. powierzchni strony;
- niedopuszczalne jest zamieszczenie artykułów sponsorowanych na stronach ogłoszeniowych, stronach z komunikatami, nekrologami, repertuarami, informacjami na temat przetargów, stronach miejskich (dodatkach miejskich w dziennikach ogólnopolskich), stronach regionalnych (dodatkach regionalnych w dziennikach ogólnopolskich), stronach motoryzacyjnych, sportowych i kulturalnych;
- zamieszczenie publikacji w dodatku tematycznym bądź dodatku branżowym, będzie dopuszczalne w sytuacji, gdy tematyka dodatku będzie zgodna z tematyką publikacji, tj. wymiar sprawiedliwości, sądownictwo itp.;
- kolorystyka publikacji – pełne kolory;
- dopuszczalne formaty publikacji dla 16 artykułów sponsorowanych (12 modułów): prostokąt o proporcjach boków poziom x pion: 3 x 4, 4 x 3; jako „moduł” Zamawiający rozumie powierzchnię w mm, jaka prezentowana jest w specyfikacji technicznej lub zasadach zamieszczania reklam modułowych u konkretnego wydawcy dziennika lub dwutygodnika;

- dopuszczalny dzień publikacji w dzienniku: poniedziałek, wtorek, środa, czwartek lub piątek (z wyłączeniem wydań sobotnich, sobotnio-niedzielných, świątecznych i wydań specjalnych); wykonawca w dokumentacji ofertowej powinien wskazać, w jakich dniach tygodnia ukaże się publikacja (kalkulacja wartości usługi powinna być wykonana dla wydania z konkretnego dnia tygodnia).
- wykonawca wskaże w dokumentacji ofertowej miejsce, w którym artykuł sponsorowany zostanie opublikowany (tytuł dziennika oraz dwutygodnika, strona, dział, rubryka itp.).
- szacowany okres ukazywania się artykułów sponsorowanych: od dnia 1 stycznia 2016 r. do dnia 29 lutego 2016 r.; cztery artykuły sponsorowane ukażą się w każdym wydaniu dwutygodnika, dwanaście artykułów publikacji ukaże się w dzienniku w odstępach do 8 dni.
- odbiorcami artykułów sponsorowanych będzie ogół społeczeństwa;
- wymagany średni jednorazowy nakład dziennika i dwutygodnika: minimum 100.000 egz. dane dotyczące nakładu powinny pochodzić z aktualnie dostępnych danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy (ZKDP), publikowanych na stronie internetowej [www.teleskop.org.pl](http://www.teleskop.org.pl);
- minimalne wymagania graficzne: obligatoryjne umieszczenie logotypu Norweskiego Mechanizmu Finansowego oraz Ministerstwa Sprawiedliwości (wszystkie logotypy w kolorze), zgodnie ze wzorem przekazanym Wykonawcy przez Zamawiającego;
- w ofercie należy przedstawić minimalne wymagania parametrów technicznych oraz format zapisu elektronicznego materiałów ogłoszeniowych przekazywanych przez Zamawiającego w trakcie realizacji zamówienia;
- Wykonawca ma obowiązek przedłożyć również informacje dotyczące warunków zamieszczania ogłoszeń prasowych oraz zasady zgłaszania reklamacji;

**Tom III, pkt IV ust. 1 lit e) SIWZ otrzymuje brzmienie:**

e) szczegółowa specyfikacja (w tym techniczna) i harmonogram dotyczące publikacji artykułów sponsorowanych:

- artykuły sponsorowane powinny ukazać się w terminach uzgodnionych między Zamawiającym a Wykonawcą;
- rozkład terminów (dzień tygodnia) publikacji w dzienniku zostanie zaproponowany przez Wykonawcę;
- liczba wszystkich edycji artykułów sponsorowanych – 16;
- artykuły sponsorowane zostaną zamieszczone na stronach redakcyjnych w grzbiecie głównym, w przypadku dziennika - w grzbiecie głównym wydania ogólnopolskiego;
- reklamy na stronie, gdzie zostanie zamieszczony artykuł sponsorowany, będą stanowiły nie więcej niż 50 proc. powierzchni strony;
- niedopuszczalne jest zamieszczenie artykułów sponsorowanych na stronach ogłoszeniowych, stronach z komunikatami, nekrologami, repertuarami, informacjami na temat przetargów, stronach miejskich (dodatkach miejskich w dziennikach ogólnopolskich), stronach regionalnych (dodatkach regionalnych w dziennikach ogólnopolskich), stronach motoryzacyjnych, sportowych i kulturalnych;
- zamieszczenie publikacji w dodatku tematycznym bądź dodatku branżowym, będzie dopuszczalne w sytuacji, gdy tematyka dodatku będzie zgodna z tematyką publikacji, tj. wymiar sprawiedliwości, sądownictwo itp.;
- kolorystyka publikacji – pełne kolory;
- objętość artykułów - liczba znaków (ze spacjami) minimum 5.000.
- dopuszczalny dzień publikacji w dzienniku: poniedziałek, wtorek, środa, czwartek lub piątek (z wyłączeniem wydań sobotnich, sobotnio-niedzielných, świątecznych i wydań specjalnych); wykonawca w dokumentacji ofertowej powinien wskazać, w jakich dniach tygodnia ukaże się publikacja (kalkulacja wartości usługi powinna być wykonana dla wydania z konkretnego dnia tygodnia);

- wykonawca wskaże w dokumentacji ofertowej miejsce, w którym artykuł sponsorowany zostanie opublikowany (tytuł dziennika oraz dwutygodnika, strona, dział, rubryka itp.);
- szacowany okres ukazywania się artykułów sponsorowanych: od dnia 1 stycznia 2016 r. do dnia 29 lutego 2016 r.; cztery artykuły sponsorowane ukazać się w każdym wydaniu dwutygodnika, dwanaście artykułów publikacji ukaże się w dzienniku w odstępach do 8 dni;
- odbiorcami artykułów sponsorowanych będzie ogół społeczeństwa;
- wymagany średni jednorazowy nakład dziennika i dwutygodnika: minimum 100.000 egz. dane dotyczące nakładu powinny pochodzić z aktualnie dostępnych danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy (ZKDP), publikowanych na stronie internetowej [www.teleskop.org.pl](http://www.teleskop.org.pl);
- minimalne wymagania graficzne: obligatoryjne umieszczenie logotypu Norweskiego Mechanizmu Finansowego oraz Ministerstwa Sprawiedliwości (wszystkie logotypy w kolorze), zgodnie ze wzorem przekazanym Wykonawcy przez Zamawiającego;
- w ofercie należy przedstawić minimalne wymagania parametrów technicznych oraz format zapisu elektronicznego materiałów ogłoszeniowych przekazywanych przez Zamawiającego w trakcie realizacji zamówienia;
- Wykonawca ma obowiązek przedłożyć również informacje dotyczące warunków zamieszczania ogłoszeń prasowych oraz zasady zgłaszania reklamacji;

DYREKTOR  
Biura Administracyjno-Finansowego  
*Jarosław Wyżgowski*