

Warszawa, dnia 11 listopada 2015 r.

Biuro Administracyjno-Finansowe

BA-F-II-3710-64/15

## Do Wykonawców

dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na „Przygotowanie przekazu kampanii, opracowanie harmonogramu i planu medialnego kampanii, przeprowadzenie kampanii o tematyce mediacyjnej oraz opracowanie raportu końcowego z przeprowadzonych działań w ramach Projektu nr 6 *Propagowanie alternatywnych metod rozwiązywania sporów* Norweskiego Mechanizmu Finansowego (NMF) 2009-2014”.

### ODPOWIEDZI NA PYTANIA DO TREŚCI SPECYFIKACJI ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA – ZESTAW II.

Ministerstwo Sprawiedliwości jako Zamawiający w przedmiotowym postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego działając zgodnie z postanowieniem art. 38 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2013 r., poz. 907 ze zm.), zwanej dalej „ustawą”, w związku z art. 38 ust. 1 ustawy przekazuje treść pytań zadanych przez Wykonawców do treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia (SIWZ) wraz z udzielonymi odpowiedziami.

#### **Pytanie nr 1**

Zamawiający pisze w punktach, w których jest mowa o tygodnikach: "Artykuły przeznaczone do publikacji w tygodnikach (4 artykuły) powinny pojawić się w 2 tygodnikach ogólnopolskich i 2 tygodnikach lokalnych (o zasięgu województwa) o najwyższym wskaźniku czytelnictwa i powinny zajmować dwie strony widzące się". Co Zamawiający rozumie pod pojęciem "tygodnik lokalny o zasięgu województwa"? Jeśli "lokalny" to obejmujący miasto lub powiat, a "regionalny" obejmuje województwo. Jednak nie ma tygodników, które obejmowałyby całe województwo. Można jedynie zrobić emisję w tygodnikach ogólnopolskich mutowanych na województwo, ale jeśli chcemy zrobić kampanię równocześnie na wszystkie województwa, to zrobi nam się kampania ogólnopolska.

#### **Odpowiedź nr 1**

Pod pojęciem „tygodnik lokalny (o zasięgu województwa)” Zamawiający rozumie wydanie tygodnika lokalnego lub lokalne wydanie tygodnika ogólnopolskiego (w odróżnieniu od wydań tygodników ogólnopolskich). Przez dodanie do tego pojęcia sformułowania „o zasięgu województwa” Zamawiający chce wskazać, iż oczekuje, że Wykonawca wybierze



takie tytuły prasowe tygodników lokalnych, które posiadają najwyższy wskaźnik czytelnictwa i zapewnią możliwie jak najszersze pokrycie obszaru województwa (publikacja artykułów o mediacji i ogłoszeń w postaci gotowych grafik w ilości zgodnie z Opisem Przedmiotu Zamówienia).

### **Pytanie nr 2**

Zwracam się z prośbą o udzielenie wyjaśnienia treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia w zakresie punktu oznaczonego literą D. *Cykl Artykułów Prasowych* Tomu III Opis Przedmiotu Zamówienia: - na jakiej podstawie Wykonawca winien wybrać tygodniki regionalne w sytuacji gdy PBC wykazuje w ostatnich badaniach tylko dwa: Siedlecki oraz Ostrołęcki?

### **Odpowiedź nr 2**

Zgodnie z wiedzą posiadaną przez Zamawiającego Spółka PBC mierzy wskaźniki czytelnictwa lokalnych tygodników (tygodników regionalnych) na indywidualne zamówienie zainteresowanego.

### **Pytanie nr 3**

W odpowiedzi z dnia 13.11.2015 Zamawiający w odpowiedzi nr 2 poinformował, że wg jego wiedzy Spółka PBC mierzy wskaźniki czytelnictwa lokalnych tygodników na indywidualne zamówienie zainteresowanego. Wykonawca przed chwilą sprawdził tę informację i dostał odp. z PBC, że na takie zamówione badania trzeba czekać, są one udostępniane odpłatnie, poza tym w zestawieniu będą znajdować się tylko wybrane tytuły, które zostały zgłoszone do badań. Wykonawca nie będzie więc dysponował rzetelnymi badaniami wszystkich tygodników lokalnych z danego województwa, które mógłby porównać i wybrać te, które mają najwyższy wskaźnik a będzie miał jedynie wybrane tytuły z danego województwa, które wcale nie muszą być tymi o najwyższym wskaźniku. Wykonawca zwraca się do Zamawiającego o udostępnienie tych badań, na których ma się opierać, bo nie są ogólnodostępne, a odpłatne, dodatkowo pozostały czas na złożenie oferty nie pozwoli ich uzyskać.

### **Odpowiedź nr 3**

Zamawiający nie oczekuje, że już na etapie składania oferty Wykonawca wskaże tytuły prasowe, w których zostaną opublikowane artykuły i ogłoszenia o mediacji. Jednakże w przypadku odpłatności czy też zbyt długiego czasu oczekiwania na dane udostępnianie przez Spółkę PBC, na podstawie których w celu oszacowania kosztów tychże publikacji można byłoby wskazać ww. tytuły prasowe, Zamawiający poleca skorzystanie z danych udostępnianych przez Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

### **Pytanie nr 4**

Po wstępnej ocenie kosztów emisji prasowych, emitowanych według podanej przez Państwa specyfikacji w piśmie z 13 listopada, zakładającej łącznie 408 emisji artykułów (co wraz z ogłoszeniami i promocją konferencji daje 574 emisje) realny budżet przekracza podaną przez Państwa kwotę przeznaczoną na realizację zamówienia o jakieś 40%. Do tego dojdą jeszcze koszty organizacji konferencji. Czy nie wkrał się tu jakiś błąd?

#### **Odpowiedź nr 4**

Zamawiający informuje, że ilość emisji artykułów i ogłoszeń o mediacji oraz ogłoszeń o konferencjach wojewódzkich wskazana w dokumencie Opis Przedmiotu Zamówienia jest taka sama jak ta wskazana w momencie wstępnych szacowań kosztów realizacji przedmiotu zamówienia (przeprowadzonych zgodnie w procedurami wewnętrznymi Zamawiającego).

#### **Pytanie nr 5**

W ogłoszeniu o zamówieniu Zamawiający wskazał, że szacunkowa wartość zamówienia wynosi 1 219 913,50 zł netto. Czy Zamawiający zamierza przeznaczyć na wykonanie zadania maksymalnie taką kwotę? Uwzględniając odpowiedź Zamawiającego z dnia 13.11.2015 uszczegóławiającą liczbę emisji w prasie (574 emisje), Wykonawca informuje, że koszt wykonania zamówienia znacznie przekracza tę kwotę, nawet przy uzyskanych od wydawców bardzo wysokich rabatach.

#### **Odpowiedź nr 5**

Patrz odpowiedź na pytanie nr 4.

**Wyjaśnienia treści SIWZ są wiążące dla wszystkich Wykonawców i należy je uwzględnić przy sporządzaniu i składaniu oferty.**

DYREKTOR  
Biura Administracyjno-Finansowego  
*Jarosław Wyżgowski*