



Kielce, dnia 28 października 2015 r.

Znak sprawy: ZP/51/2015/R

Zamawiający, Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego, działając na podstawie art. 38 ust. 1 ustawy Pzp, udziela wyjaśnień treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia w związku z pytaniami jakie wpłynęły w dniu 26 oraz 27 października 2015 r. do postępowania ZP/51/2015/R na zakup powierzchni reklamowej w czasopiśmie celem przeprowadzenia kampanii reklamowej w prasie ogólnopolskiej drukowanej.

**Pytanie 1. Czy jest możliwość otrzymania konkretnej informacji i decyzji, czy będziecie Państwo mieli reklamę, gotową, w plikach otwartych, którą będzie trzeba przeformatować w każdym tytule, czy będzie to art. sponsorowany, który trzeba będzie złamać i dopasować?**

**W niektórych tytułach jest bardzo duża różnica cenowa między reklamą a art. sponsorowanymi oraz dodatkowo między przeformatowaniem gotowej reklamy a składaniem/łamaniem/akceptacją Zamawiającego art. sponsorowanego.**

Odpowiedź Zamawiającego: W SOPZ zostało wprowadzone postanowienie, że Zamawiający zamawia reklamę prasową lub artykuł sponsorowany, więc kalkulacja musi obejmować i taką formę i taką. Zamawiający szacuje, że około 80 procent wszystkich emisji będą stanowiły reklamy, a resztę artykuły sponsorowane. Zamawiający zgodnie z SOPZ zapewnia Wykonawcy gotowy projekt reklamy w formie otwartego pliku, którą wykonawca będzie musiał dostosowywać wymiarami do wymiarów stron poszczególnych tytułów prasowych w uzgodnieniu z Zamawiającym.

**Pytanie 2. W jakim formacie Zamawiający oczekuje, aby został przeniesiony art. spons lub reklama prasowa na stronę www wydawcy?**

**Czy określacie Państwo gdzie dokładnie ma być umieszczona reklama na str. www? Bardzo trudno jest przełożyć reklamę w formacie FP na stronę www, ponieważ formaty www bardzo się różnią i są dużo mniejsze niż FP w prasie. Kto ma przeformatować reklamę lub art. spons na format strwww? Czy to też ma być zrobione przez wydawcę?**

Odpowiedź Zamawiającego: Zamawiający nie określa formy ani wielkości publikacji internetowych, gdyż dla Zamawiającego publikacje w Internecie stanowią dodatkowe kryterium oceny ofert, a nie stanowią podstawowego przedmiotu zamówienia (dodatek do podstawowego przedmiotu zamówienia). Zamawiający deklaruje, że w ramach swoich możliwości, o ile w grę będzie wchodzić forma displaya, dostarczy formę displayową, w przypadku artykułu sponsorowanego w serwisach internetowych zamawiający dostarczy artykuł sponsorowany. Dopuszczalną formą publikacji internetowej może być także link sponsorowany do portalu [www.greenvelo.pl](http://www.greenvelo.pl) lub do konkretnej publikacji zamieszczonej na portalu [www.greenvelo.pl](http://www.greenvelo.pl)

**Pytanie 3. Uprzejmie proszę o wyjaśnienie zapisu SOPZ, pkt. IV 8) g) (str. 4): według pkt. 4 g) - emisja minimum 1 (słownie: jednej) całostronicowej reklamy lub artykułów sponsorowanych w minimum trzech tytułach - w tytule o pierwszym najwyższym nakładzie na rynku minimum 3 (słownie trzech) całostronicowych reklam lub artykułów sponsorowanych**



**Pyt.: czy ten zapis oznacza, że reklamę FP należy umieścić w trzech tytułach a w tytule o największym nakładzie należy umieścić 3 str reklam? Czyli łącznie byłoby to 5 reklam?.**

Odpowiedź Zamawiającego: Zamawiający informuje, iż zmodyfikował odpowiednie postanowienie SOPZ w tym zakresie. Zmieniony SOPZ został opublikowany na stronie internetowej Zamawiającego.

**Pytanie 4. Czy jest możliwość przesunięcia terminu składania ofert z godz. 10.00 na godz. 12.00, bez zmiany daty, czyli w dniu 30.10? W przypadku wysyłania ofert kurierem, przesunięcie o 2 godziny może mieć bardzo duże znaczenie.**

Odpowiedź Zamawiającego: Zamawiający nie wyraża zgody na zmianę terminu i godziny składania ofert.

W imieniu Zamawiającego

**Kierownik Projektu**

*Małgorzata Wilk-Grzywna*

Małgorzata Wilk - Grzywna

Kierownik Projektu