

Nr sprawy: ZP.272.111.2017

Łódź, dnia 30.01.2018 r.

Zamawiający

Województwo Łódzkie

Prowadzący postępowanie

Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego

Biuro Zamówień Publicznych

90-051 Łódź, al. Piłsudskiego 8

tel. (042) 66 334 62

fax.(042) 66 333 91

zp.info@lodzkie.pl

Wykonawcy biorący udział w postępowaniu

WYJAŚNIENIE TREŚCI SIWZ z dnia 30.01.2018 r.

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego na Opracowanie kreatywnej koncepcji i realizacja kampanii naborowej Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020 (RPO WŁ 2014-2020)

Działając na podstawie art. 38 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1579) Zamawiający udziela następujących wyjaśnień treści SIWZ :

*Jaki budżet, jakie widelki budżetowe, macie Państwo zabezpieczony na ten projekt?
Czy mieści się on w w/w zakresie?*

Wyjaśnienie:

Szacunkowa wartość zamówienia wynosi 7 227 300.00 PLN netto (patrz pkt II.1.5 ogłoszenia o zamówieniu)

VIII. PRASA – REKLAMA

1. Czy poniżej tytuły spełniają założenia pkt VIII 1, sekcji VIII. PRASA – REKLAMA

Express Ilustrowany – powyżej 20 tys.

Dziennik Łódzki – nakład 25202 , rozpowszechnianie płatne – 17 tys.

Nasze Miasto Łódź – nie jest wydzielone w ZKDP, czy możemy polegać na danych z Polska Press, nakład 40 tys.

Wyjaśnienie:

Zamawiający określił minimalne parametry techniczne i jakościowe dla użytych tytułów prasowych, to Wykonawca powinien tak dobrać publikatory oraz ich ilość by spełnić wymogi zawarte w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia.

2. Czy wymóg określony w pkt. 2 dotyczy prasy tematycznej (minimalne rozpowszechnianie płatne 20 tys.) czy także prasie ogólnie? Pytam ponieważ obawiam się że nie ma na terenie łódzkiej prasy tematycznej o rozpowszechnianiu płatnym 20 tys. +

Wyjaśnienie:

Dzienniki/gazety/tygodniki o łącznym zasięgu całego regionu łódzkiego (Zamawiający wymaga, by minimum 60% zasięgu było zrealizowane w mediach regionalnych, 40% może być zrealizowane w prasie tematycznej ukazującej się na terenie województwa łódzkiego), gdzie powinien posiadać rozpowszechnianie płatne za miesiąc maj 2017 r. wszystkich zaproponowanych tytułów nie będzie mniejsze niż 20 000 zgodnie z danymi Związku Kontroli Dystrybucji Prasy (lub innych niezależnych badań), przy czym za niezależne badania rozumie się badania wykonane przez podmiot niezwiązany w żaden sposób z Wykonawcą składającym ofertę lub związanym z Wydawcą danych tytułów prasowych.

3. Czy możemy zastosować:

3.1 Dziennik Łódzki – nakład 25202, rozpowszechnianie płatne – 17 tys. (za maj 2017) – a więc mniej niż w wycenach. Źródło w.w danych, ZKDP: <https://www.teleskop.org.pl/zkdp/index.jsp?p=publicDataNoReg>

3.2 Nasze Miasto Łódź, nakład

- poniedziałek 16 TYS.

- czwartek 40 TYS.

Nasze Miasto występuje w ZKDP jako całość, bez podziału na miasta. W/W to dane od wydawcy.

Polecam ... ponieważ postawienie wymogu wyłącznie na Ekspres Ilustrowany (nakład 29 tys., rozpowszechnianie płatne 20 tys.) jedyne pismo, które ma sprzedaż powyżej 20 tys. sprawi, że Ekspres nie czując presji konkurencji da bardzo wysokie ceny.

Wyjaśnienie:

Zamawiający określił minimalne parametry techniczne i jakościowe dla użytych tytułów prasowych, to Wykonawca powinien tak dobrać publikatory oraz ich ilość by spełnić wymogi zawarte w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia, Zamawiający nie wskazuje, ani nie narzuca współpracy z konkretnym tytułem prasowym.

4. Czy możemy zrezygnować z wymogu umiejscowienia reklamy na stronie 3,5 lub 7 (pkt. VIII. 6)... bo zwiększa to koszty. Kupując prasę bez kryterium lokalizacji można ją kupić o wiele taniej? O około 50% taniej. W końcu jak czytelnik kupuje prasę, płaci za nią, to i tak przeczyta ją od początku do końca.

Wyjaśnienie:

Zamawiający podtrzymuje zapisy SIWZ.

5. Proponuję rezygnację z wymogu GRP... ponieważ GRP mierzymy telewizję i radio, a nie prasę. Z drugiej strony możemy się pokusić o wyznaczenie GRP w następujący sposób:

Nakład (20 tys.) x liczba reklam (40) = 800 TYS. osobo kontaktów.

Liczba mieszkańców łódzkiego: 700 TYS. Grupa docelowa jest tak szeroka, że zakładam, że każdy mieszkaniec łódzkiego do niej należy (jako szeroko rozumiana opinia publiczna)

800/700 x 100 = 114 GRP ... ale nie 300 . Musielibyśmy zatem kupić nie 800 TYS., ale 2,1 MLN osobo-kontaktów, a więc 2,1 MLN podzielić na nakład 20 TYS. = 105 reklam. Według mnie to bezzasadne kosztowo.

?

Wyjaśnienie:

Zamawiający podtrzymuje zapisy SIWZ.

IX. PRASA CODZIENNA – ARTYKUŁ

1. *Czy macie na myśli artykuł sponsorowany?*

Wyjaśnienie:

Tak.

2. *Pkt 4. IX – proponuje rezygnację z wyboru lokalizacji artykułu, ponieważ narzucenie lokalizacji w sposób znaczący (nawet o 50%) zwiększa cenę.*

Wyjaśnienie:

Zamawiający podtrzymuje zapisy SIWZ.

3. *Wymóg GRP – podobnie jak w propozycji powyżej proponuje rezygnację z tego wyboru.*

Wyjaśnienie:

Zamawiający podtrzymuje zapisy SIWZ.

X Prasa Branżowa

1. *Nie znamy prasy branżowej, publikującej się wyłącznie na terenie woj. łódzkiego, dlatego proponuje zdjęcie tego wymogu, (wymogu prasy branżowej publikowanej wyłącznie na terenie łódzkiego, z nakładem 10 tys. +)*

Wyjaśnienie:

Zamawiający podtrzymuje zapisy SIWZ.

2. *Prasa branżowa w ogóle ma o wiele mniejsze nakłady, szczególnie na określone województwo, dlatego czy możemy zastosować wkładki lokalne w prasie:*
- a. *Gazeta Wyborcza, – rozpowszechnianie płatne na Polskę 125 TYS. ... a więc na Łódź mniejsze niż 10 tys.*
 - b. *Forbes – nakład na łódzkie około 1 00 egz.*
 - c. *Newsweek – nakład na łódzkie około 7 000 egz.*

Wyjaśnienie:

Jeśli ww tytuły spełniają założenia SIWZ to tak. Zamawiający podtrzymuje zapisy SIWZ.

3. *Czy możemy zrezygnować z wymogu umiejscowienia reklamy na stronie do 11 ... bo zwiększa to koszty. Kupując prasę bez kryterium lokalizacji można ją kupić o wiele taniej.?*

Wyjaśnienie:

Zamawiający podtrzymuje zapisy SIWZ.

4. *GRP - także proponuje rezygnację z tego wymogu. Uzasadnienie powyżej.*

Wyjaśnienie:

Zamawiający podtrzymuje zapisy SIWZ.

XI. PRODUKCJA I EMISJA AUDYCJI TELEWIZYJNYCH

1. *Publikacja audycji jest bardzo droga. Proponujemy rezygnację. Czy możemy zrezygnować z tego punktu?*

Wyjaśnienie:

Zamawiający podtrzymuje zapisy SIWZ.

2. *Na terenie łódzkiego mamy dwie stacje lokalne, nadające cyfrowo-naziemnie na MUX lokalnym. (źródło: <http://www.cyfrowydoradca.pl/mux-l3.html>)*
- a. *TVP Łódź <http://lodz.tvp.pl/>*
 - b. *NTL Radomsko - <http://tvntl.pl/>*

Dlatego wprowadzając wymóg stosowania dwóch stacji ... zdejmujecie Państwo presję na cenę, ponieważ obie stacje będą wiedziały, że musimy u nich kupić audycje, dlatego proponuje zmianę wymogu na jedną stację.

Wyjaśnienie:

Zamawiający podtrzymuje zapisy SIWZ. Wykonawca zapewni emisję o zasięgu regionalnym audycji i zwiastunów na obszarze województwa łódzkiego w co najmniej dwóch stacjach telewizyjnych działających na terenie tego województwa. Co najmniej **jedna** stacja telewizyjna musi być telewizją naziemną, będzie miała zasięg regionalny i będzie odbierana co najmniej na terenie m. Łodzi oraz w 6 największych pod względem liczby ludności powiatach regionu, to jest na terenie powiatu zgierskiego, sieradzkiego, pabianickiego, tomaszowskiego, radomszczańskiego i bełchatowskiego.

XII SPOTY FILMOWE 2. Emisja w telewizji

1.1 Na terenie łódzkiego mamy dwie stacje lokalne, nadające cyfrowo-naziemnie na MUX lokalnym.

(źródło: <http://www.cyfrowydoradca.pl/mux-l3.html>)

- a. TVP Łódź <http://lodz.tvp.pl/>
- b. NTL Radomsko - <http://tvntl.pl/>

Czy macie Państwo na myśli te stacje telewizyjne, czy też może możemy wybrać jedną z nich, a z drugiej zrezygnować? Wprowadzając wymóg stosowania dwóch stacji ... zdejmujecie Państwo presję na cenę, ponieważ obie stacje będą wiedziały, że musimy u nich kupić audycje, dlatego proponuje zmianę wymogu na jedną stację.

Wyjaśnienie:

Zamawiający podtrzymuje zapisy SIWZ. Wykonawca zapewni emisję o zasięgu regionalnym audycji i zwiastunów na obszarze województwa łódzkiego w co najmniej dwóch stacjach telewizyjnych działających na terenie tego województwa. Co najmniej **jedna** stacja telewizyjna musi być telewizją naziemną, będzie miała zasięg regionalny i będzie odbierana co najmniej na terenie m. Łodzi oraz w 6 największych pod względem liczby ludności powiatach regionu, to jest na terenie powiatu zgierskiego, sieradzkiego, pabianickiego, tomaszowskiego, radomszczańskiego i bełchatowskiego.

XV. REKLAMA ZEWNĘTRZNA – CITYLIGHT

1. Czy jeżeli nie znajdziemy dostatecznej liczby nośników Citylight na terenie woj. łódzkiego (bez Łodzi) to możemy zrezygnować z wymogu 150 nośników na terenie woj. łódzkiego, poza łodzią?

Wyjaśnienie:

Zamawiający podtrzymuje zapisy SIWZ.

2. Ad pkt 7. XV.

Czy to oznacza, że możemy kupić dla Państwa 40 City Lightów na miesiąc, a kampania trwa 120 dni (4 miesiące) co nam daje 40 City Lightów z miesięczną ekspozycją x 4 miesiące = 160 ?
i wtedy wpisujemy w ofertę 160 City Lightów dla miasta Łodzi ?

Wyjaśnienie:

Minimalna liczba użytych nośników, czyli 300 (150 dla Łodzi i 150 dla regionu – zgodnie z kryteriami wskazanymi w SIWZ), powinna być realizowana w każdym dniu kampanii z wykorzystaniem tego

narzędzia. Czyli min. 300 nośników, w każdym dniu przez min. 120 dni (emisja nie musi być realizowana przez kolejne dni, podana ilość jest łączną liczbą dni dla całej kampanii)

3. *Czy możemy zrezygnować z wymogu GRP ... ponieważ tak nie mierzy się outdoru. GRP mierzy się generalnie w telewizji, w stacjach objętych pomiarem telemetrycznym (TVP 3 Łódź i NTL Radomsko nie są objęte tym badaniem) oraz w radiu, w stacjach objętych badaniem Radio Track.*

Wyjaśnienie:

Zamawiający podtrzymuje zapisy SIWZ.

XVI. REKLAMA AMBIENTOWA

1. *Czy na chwilę obecną możemy założyć jedynie koszt reklamy (2% całości ceny) i przedstawić jej scenariusz po wygranym przetargu?*

Wyjaśnienie:

W związku z faktem, iż działanie to powinno być ujęte we wstępnej koncepcji kampanii, zamawiający wymaga, by zostało opisane. Zamawiający może odstąpić od tego punktu jeśli koncepcja i ewentualne modyfikacje nie będą odpowiadały potrzebom Zamawiającego.

XVII. DODATKOWE NARZĘDZIA

Czy mogą to być:

- a. *Wysyłka mailingu do właścicieli skrzynek pocztowych w portalu Onet, którzy w chwili zakładania konta zadeklarowali miejsce zamieszkania: łódzkie?.*
- b. *Reklama w wyszukiwarce Google , wyświetlająca się na określone słowa kluczowe wpisane do wyszukiwarki – załączam przykład, emisja na terenie Łódzkiego*
- c. *Linki na stronie głównej Portalu Onet w sekcji regionalnej kierujące po kliknięciu do strony www*

Wyjaśnienie:

Zamawiający uzna wszystkie narzędzia, które spełniają wymogi SIWZ opisane w tym punkcie. Zamawiający nie może wskazywać, portali lub narzucać różnych form współpracy, ponieważ to Wykonawca kształtuje ofertę zarówno merytorycznie jak i cenowo.

Przewodniczący Komisji Przetargowej

Główny Specjalista
P. Kryszynowicz
Paweł Kryszynowicz