

Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego

Biuro Zamówień Publicznych

al. Piłsudskiego 8

90-051 Łódź

www.lodzkie.pl

zp.info@lodzkie.pl

Sygn. post. ZP.272.45.2018

Łódź, dnia 08.06.2018 r.

Zamawiający

Województwo Łódzkie

al. Piłsudskiego 8

90-051 Łódź

Prowadzący postępowanie

Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego

Biuro Zamówień Publicznych

90-051 Łódź, Al. Piłsudskiego 8

zmiana Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia (SIWZ) w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego na Usługę przeprowadzenia trzech kampanii outdoorowych realizowanych na terenie województwa łódzkiego

Zamawiający, działając na podstawie art. 38 ust.1,2 i 4 ustawy Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1579 ze zm.) zwanej dalej ustawą Pzp udziela odpowiedzi na pytanie Wykonawcy i zmienia treść SIWZ;

Pytanie

„4. Reklama Tranzytowa – nośnikiem reklamy będzie powierzchnia autobusów (tzw. busbacki, cały tył autobusu)należących do przedsiębiorstw oferujących usługi w zakresie transportu komunikacji miejskiej w następujących miastach:

— Piotrków Trybunalski – po 3 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 9 szt. w 3 Kampaniach).

— Sieradz – po 3 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 9 szt. w 3 Kampaniach),

— Pabianice – po 3 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 9 szt. w 3 Kampaniach),

— Tomaszów Mazowiecki - po 3 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 9 szt.

W 3 Kampaniach).

— Bełchatów - po 3 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 9 szt. w 3 Kampaniach),

— Zgierz – po 2 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 6 szt. w 3 Kampaniach),

— Skierniewice - po 2 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 6 szt. w 3 Kampaniach),

— Kutno – po 2 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 6 szt. w 3 Kampaniach),

— Radomsko – po 2 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 6 szt. w 3 Kampaniach),

— Zduńska Wola – po 2 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 6 szt. w 3 Kampaniach)

Jesteśmy po wstępnej weryfikacji możliwości taborowych komunikacji miejskiej w ww miejscowościach. Mamy uwagi, dotyczące dwóch z nich:

— Zgierz – po 2 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 6 szt. w 3 Kampaniach),

W Zgierzu usługę transportu publicznego świadczy przewoźnik: Markab, Zgierskie Przedsiębiorstwo Komunikacyjne, <https://markab.pl/> które nie wyraża zgodny (bez żadnych wyjątków) na oklejanie całego tyłu autobusów. Powierzania reklamowa w tym mieście ogranicza się do całej powierzchni szyby, bez blachy.

Wynika to z warunków przetargu i zapisów umowy jaką mają zawartą z organizatorem komunikacji miejskiej na obsługę linii - w tym wypadku spółki "Miejskie Usługi Komunikacyjne w Zgierzu".

Zapis ten mówi o tym, że nie mogą być w żadnym wypadku zakryte barwy miejskie na pojazdach, ponieważ wiąże się to z naruszeniem umowy i karami dla nich.

Przykro mi ale w tym wypadku nie przeskoczmy tego w żaden sposób. Zdjęcie z realizacji w załączeniu. Czy w tym konkretnym przypadku dopuszczacie Państwo tę formę reklamy?



Odpowiedź

Tak, Zamawiający dopuszcza tę formę reklamy. Powyższa zmiana została wprowadzona do opisu przedmiotu zamówienia (Załącznik 3 do SIWZ), który stanowi załącznik do niniejszego dokumentu.

— Tomaszów Mazowiecki - po 3 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 9 szt. w 3 Kampaniach).

W Tomaszowie w zasadzie cały tabor autobusów miejskich jest zakupiony z funduszy unijnych bez zgody na oklejanie reklamą. Przedsiębiorstwo posiada trzy autobusy typu MAN, ale są to autobusy uznane jako "rezerwowe", które nie kursują codziennie. W tym wypadku pytanie czy Zamawiający godzi się na taką sytuację czy woli, żeby reklamę umieścić na PKS Tomaszów, autobusach kursujących wg rozkładu jazdy (w załączeniu).

Odpowiedź

Zamawiający nie dopuszcza takiej sytuacji, zarówno dotyczącej autobusów „rezerwowych”, ani PKS. Tomaszów Mazowiecki został usunięty z listy miast, w których będzie realizowana reklama tranzytowa. Jednocześnie zwiększono ilość billboardów w tym mieście do 4 szt. oraz zmieniono usytuowanie. Powyższe zmiany zostały wprowadzone do opisu przedmiotu zamówienia (Załącznik 3 do SIWZ), który stanowi załącznik do niniejszego dokumentu.

Jednocześnie w związku ze zmianami Opisu przedmiotu zamówienia Zamawiający wprowadza zmianę w ust.14.2 pkt.2) podp.2 SIWZ „Dodatkowe autobusy w ramach reklamy tranzytowej”, który przyjmuje brzmienie:

„2. Dodatkowe autobusy w ramach reklamy tranzytowej

Zamawiający przyzna dodatkowe punkty za dodanie do każdej z 3 Kampanii dodatkowych autobusów, na których umieszczona zostanie reklama (zgodnie z wytycznymi opisanymi w tirecie III, pkt.1 lit. d opisu przedmiotu zamówienia), jako wzmocnienie kampanii, zlokalizowanych w następujących miastach: Piotrków Trybunalski, Pabianice, Bełchatów, Zgierz, Skierniewice, Kutno, Radomsko, Zduńska Wola, Sieradz. W ramach jednej Kampanii w jednym mieście liczba autobusów, na których umieszczona zostanie reklama nie może przekroczyć łącznie 5 autobusów (wymagania dotyczące liczby autobusów opisane w opisie przedmiotu zamówienia oraz dodatkowe autobusy).

Ocena w przedmiotowym podkryterium zostanie dokonana w następujący sposób:

0 pkt – wskazanych zostało mniej niż 3 (1 lub 2 lub 3) dodatkowych autobusów;

5 pkt. – wskazane zostały 4 dodatkowe autobusy do każdej z 3 kampanii (łącznie 12 autobusów do 3 kampanii)

10 pkt - wskazane zostały 5 dodatkowych autobusów do każdej z 3 kampanii (łącznie 15 autobusów do 3 kampanii)

15 pkt. – wskazane zostały 6 i więcej dodatkowych autobusów do każdej z 3 kampanii (łącznie 18 i więcej autobusów do 3 kampanii)”

Zamawiający działając na podstawie art. 12a ust.1,2 ustawy Pzp, przedłuża termin składania ofert do dnia **02.07.2018 r.**

Nowe terminy: składanie ofert: 02.07.2018 r. godz. 10:00, otwarcie ofert: 02.07.2018 r. godz. 12:00

W związku z powyższymi modyfikacjami ulegają wszystkie zapisy SIWZ dotyczące terminów składania i otwarcia ofert.

ZATWIERDZAM:

*Dyrektor
Biura Zamówień Publicznych*

/-/ Adam Paluszkiwicz



Opis przedmiotu zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie 3 kampanii outdoorowych realizowanych na terenie województwa łódzkiego.

I. Termin i czas realizacji 3 kampanii outdoorowych:

1. Kampania o czasie trwania min. 14 dni, realizowana w przedziale czasowym od 27.08.2018 r. do 16.09.2018 r., zwana dalej „Kampanią I”.
2. Kampania o czasie trwania min. 14 dni, realizowana w przedziale czasowym od 01.10.2018 r. do 17.10.2018 r., zwana dalej „Kampanią II”.
3. Kampania o czasie trwania min. 14 dni, realizowana w przedziale czasowym od 13.10.2018 r. do 31.10.2018 r., zwana dalej „Kampanią III”,

Łącznie zwane „Kampaniami”.

Poprzez „czas trwania min. 14 dni” Zamawiający rozumie jednoczesną ekspozycję reklamy na wszystkich opisanych poniżej (w tirecie II) nośnikach reklamowych przez min.12 dni.

II. Nośniki reklamowe i lokalizacje.

Każda Kampania realizowana będzie na następujących nośnikach:

1. **Nośniki typu billboard 18 m²** – wymiary minimalne 6 m (szer.) x 3 m (wys.), tolerancja wszystkich wymiarów nośnika +/- 5%
 - a. Miasto Łódź – 8 szt., w pojedynczej Kampanii (łącznie 24 szt. w 3 kampaniach)
Zamawiający dopuszcza usytuowanie nośnika w przypadku głównych dróg wlotowych i wylotowych do/z Łodzi do 5 km od granicy administracyjnej miasta
2. **Nośnikach typu billboard 12 m²** – wymiary minimalne 5,04 m (szer.) x 2,38 m (wys.), tolerancja wszystkich wymiarów nośnika +/- 5%
 - a. Piotrków Trybunalski, Pabianice, Bełchatów, Zgierz, Skierniewice, Kutno, Radomsko, Zduńska Wola, Sieradz – po 2 szt. w każdym mieście, w pojedynczej Kampanii (łącznie 6 szt. w każdym mieście w 3 kampaniach)
 - b. Tomaszów Mazowiecki - 4 szt. w pojedynczej kampanii (łącznie 12 szt. w 3 kampaniach)
Zamawiający dopuszcza usytuowanie nośnika w przypadku głównych dróg wlotowych i wylotowych do/z ww. miast do 2 km od granicy administracyjnej danego miasta.
3. **Nośniki typu citylight** - wymiary 120 cm x 180 cm, tolerancja wszystkich wymiarów nośnika +/- 5%
 - a. Miasto Łódź – 50 szt., w pojedynczej Kampanii (łącznie 150 szt. w 3

kampaniach)

4. **Reklama Tranzytowa** – nośnikiem reklamy będzie powierzchnia autobusów, tzw. busbacki (cały tył autobusu) należących do przedsiębiorstw oferujących usługi w zakresie transportu komunikacji miejskiej. Zamawiający dopuszcza sytuację, gdy nośnikiem reklamy będzie jedynie tylna szyba autobusu w sytuacji gdy ze względu na wymogi formalne przedsiębiorstwa obsługującego transport miejski w danym mieście nie ma innej możliwości. W takiej sytuacji Wykonawca jest zobowiązany przedstawić Zamawiającemu oświadczenie właściwego przedsiębiorstwa oferującego usługi w zakresie transportu miejskiego o braku możliwości zamieszczenia reklamy na całym tyle autobusu. Reklama tranzytowa realizowana będzie w następujących miastach:

- Piotrków Trybunalski – po 3 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 9 szt. w 3 Kampaniach)
- Sieradz – po 3 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 9 szt. w 3 Kampaniach)
- Pabianice – po 3 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 9 szt. w 3 Kampaniach)
- Bełchatów - po 3 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 9 szt. w 3 Kampaniach)
- Zgierz – po 2 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 6 szt. w 3 Kampaniach)
- Skierniewice - po 2 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 6 szt. w 3 Kampaniach)
- Kutno – po 2 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 6 szt. w 3 Kampaniach)
- Radomsko – po 2 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 6 szt. w 3 Kampaniach)
- Zduńska Wola – po 2 autobusy, w pojedynczej Kampanii (łącznie 6 szt. w 3 Kampaniach)

III. Ogólne założenia:

1. Usytuowanie nośników:

- a. **billboardy 18 m²** : reklama powinna być umieszczona, przy głównych drogach wlotowych i wylotowych do/z Łodzi, w miejscu widocznym, nie zasłonięta innymi nośnikami i przeszkodami.
- b. **billboardy 12 m²** : reklama powinna być umieszczona w miejscach dobranych pod kątem wysokiego natężenia ruchu samochodowego i/lub pieszego, przy głównych drogach wlotowych i wylotowych z miast, w centrach miast, przy rondach, skrzyżowaniach, drogach do centrów handlowych i biznesowych, dużych osiedli mieszkaniowych, w miejscu widocznym, nie zasłonięta innymi nośnikami i przeszkodami.
- c. **citylighty**: reklama powinna być umieszczona na nośnikach usytuowanych w miejscach największego ruchu pieszego w mieście, tj. wiaduktach przystankowych, przy przejściach dla pieszych, na kioskach ruchu, w alejach reklamowych, pasażach handlowych, dworcach, dojeżdżalniach do centrum miasta, przy dużych parkingach, ciągach komunikacyjnych, reprezentacyjnych ulicach i miejscach w miastach, w miejscach bardzo dobrze widocznych.
- d. reklama tranzytowa: reklama powinna być umieszczona na tyłach autobusów - tzw. busbacki (cały tył autobusów) lub na tylnej szybie (w sytuacji opisanej w tirecie II pkt. 4) autobusów uczestniczących w ruchu drogowym, w sposób widoczny i estetyczny. W bezpośrednim sąsiedztwie nie może być umieszczona

żadna inna reklama.

2. Po stronie Wykonawcy leży druk reklamy, montaż, ekspozycja oraz demontaż reklamy na ww. opisanych nośnikach. Po stronie Zamawiającego leży przygotowanie projektów graficznych reklamy.
3. Nakład druku ma uwzględniać 10 % rezerwę przeznaczoną na wymianę zniszczonej ekspozycji.
4. Wykonawca ma obowiązek dbać o należyłą ekspozycję. W przypadku uszkodzenia reklamy Wykonawca ma obowiązek wymienić reklamę na nową.
5. W terminie do 5 dni od podpisania umowy Wykonawca listę lokalizacji, w których umieszczone zostaną billboardy i citylighty oraz listę autobusów, na których umieszczona zostanie reklama. Lista lokalizacji będzie zawierała: nazwę ulicy i numer adresowy oraz odniesienie do najbliższego punktu orientacyjnego, w przypadku gdy nośnik znajduje się przy lub na terenie obiektów użyteczności publicznej – adres, nazwę, dokładną lokalizację nośnika. Lista autobusów będzie zawierała: miasto, nr linii autobusu oraz trasę. Zamawiający zaakceptuje lub naniesie swoje uwagi odnośnie ww. list w ciągu maksymalnie 5 dni od daty otrzymania listy. Wykonawca ma obowiązek w terminie maksymalnie 2 dni od otrzymania uwag nanieść poprawki i przesłać aktualną listę.
6. Niezgłoszenie uwag przez Zamawiającego jest jednoznaczne z akceptacją listy lokalizacji.
7. Zamawiający dopuszcza wprowadzenie modyfikacji do list opisanych w ust. 5 spowodowanych okolicznościami, na które Wykonawca nie miał wpływu. W takiej sytuacji Wykonawca ma obowiązek poinformować Zamawiającego o zmianie maksymalnie 3 dni przed startem każdej Kampanii lub jeśli sytuacja ma miejsce w trakcie Kampanii niezwłocznie od momentu powzięcia takiej informacji.
8. Wykonawca w ciągu maksymalnie 3 dni od dnia podpisania umowy prześle Zamawiającemu specyfikację techniczną wraz z niezbędnymi parametrami do druku. W przypadku reklamy tranzytowej Wykonawca prześle wykrojniki do reklamy na autobusach.
9. Zamawiający przygotowuje i prześle nie później niż 8 dni przed startem każdej Kampanii projekty reklam w wersji do druku.
10. W przypadku wystąpienia uszkodzenia reklamy Wykonawca ma obowiązek do usunięcia usterki w ciągu 48 h. Jeśli usunięcie usterki jest niemożliwe w ww. terminie Wykonawca niezwłocznie poinformuje Zamawiającego.
11. Wykonawca prześle w terminie 3 dni po zakończeniu każdej Kampanii Raport z realizacji Kampanii zawierający: dane dotyczące efektywności tj.: ilości kontaktów z reklamą, zasięg reklamy w odniesieniu do populacji oraz raport zdjęciowy z kampanii zawierający min.: 1 zdjęcie każdego z billboardów i citylightów, dokładny adres lub opis lokalizacji nośnika, 1 zdjęcie każdego z autobusu oraz nr linii.