

Katowice, dnia 5 sierpnia 2021 r.

ZP.261.15.2.2021.GZ

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia sektorowego w trybie przetargu na **przeprowadzenie w mediach kampanii informacyjnych promujących komunikację miejską w zależności od bieżących potrzeb ZTM** (znak sprawy: RM.261.18.2021).

Na podstawie § 37 ust. 3 oraz 4 Regulaminu udzielania zamówień publicznych Zarząd Transportu Metropolitalnego z siedzibą w Katowicach jako Zamawiający informuje, że w wyżej wymienionym postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego wpłynął wniosek o wyjaśnienie treści specyfikacji zamówienia (SZ). Treść zapytania (pisownia oryginalna) wraz z wyjaśnieniami Zamawiającego zamieszczono poniżej.

Pytanie:

W stosunku do pierwszego ogłoszonego przetargu zmienił się zapis w punkcie 3.1.1 pkt.2, który w pierwszej wersji przetargu brzmiał:

Zamawiający przewiduje 7 kampanii (28 tygodni) realizowanych w pakietach po cztery tygodnie w siedmiu wskazanych przez Zamawiającego terminach. Zamawiający zastrzega, że w jednym terminie może być realizowana jedna kampania lub równoległe różne kampanie (dwie lub więcej).

W obecnej wersji Specyfikacji punkt ten brzmi:

Zamawiający przewiduje 28 tygodni realizowanych kampanii we wskazanych przez Zamawiającego terminach. Zamawiający zastrzega, że w jednym terminie może być realizowana jedna kampania lub równoległe różne kampanie (dwie lub więcej).

W obecnej wersji zapis sprowadza się do konieczności zrealizowania co najmniej 44 884 000 odsłon (prawie 45 mln) reklamy przez okres 28 tygodni.

Biorąc pod uwagę liczbę osób korzystających z facebook-a na obszarze objętych kampanią (ok. 1,5 mln) realizacja takiej kampanii staje się praktycznie niewykonalna.

W związku z powyższym zwracamy się z pytaniem: Czy Zamawiający zamierza zmienić zapisy punktu 3.1.1 pkt 2 i przywrócić pierwotny zapis tego punktu do brzmienia z pierwszego przetargu?

Odpowiedź:

Wykonawca ma przeprowadzić 7 kampanii w cyklach po 4 tygodnie każda, w sumie 28 tygodni. Specyfikacja zamówienia zawiera błąd redakcyjny. W związku z powyższym punkt 3.1.1 ppkt 1 oraz 2 otrzymują następujące brzmienie:

1. Posty sponsorowane, targetowane na mieszkańców miast Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii (dalej jako „Metropolia” lub „GZM”). Tydzień rozumiany przez Zamawiającego jako siedem dni kalendarzowych. Każda kampania realizowana

w pakietach po 4 tygodnie. Potencjalny zasięg wyświetleń w jednej kampanii: 2 000 000 użytkowników.

2. Zamawiający przewiduje 7 kampanii (28 tygodni) realizowanych w pakietach po cztery tygodnie w siedmiu wskazanych przez Zamawiającego terminach. Zamawiający zastrzega, że w jednym terminie może być realizowana jedna kampania lub równoległe różne kampanie (dwie lub więcej).

W związku z powyższym Zamawiający zmienia treść Załącznika nr 1 do SZ Formularz ofertowy (wzór). Aktualny Załącznik nr 1, uwzględniający zmiany dokonane przez Zamawiającego, załączono do niniejszego pisma.

Ponadto, Zamawiający zmienił brzmienie pkt 10.2 i 10.3 SZ, które otrzymują następujące brzmienie:

- „10.2. Termin składania ofert upływa w dniu 12.08.2021 r. o godz. 10.00. Za moment złożenia oferty przyjmuje się termin złożenia oferty przez Wykonawcę.
- 10.3. Otwarcie ofert nastąpi w dniu 12.08.2021 r. o godz. 10.30 w siedzibie ZTM, bez udziału Wykonawców.”

Postępowanie prowadzone jest z pominięciem stosowania ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2021 r. poz. 1129).

Załącznik:

– *Aktualny formularz ofertowy (wzór).*

Dyrektor
Zarządu Transportu
Metropolitalnego
(-) Małgorzata Gutowska