

**Katowice:**  
**OGŁOSZENIE O ZMIANIE OGŁOSZENIA**

**OGŁOSZENIE DOTYCZY:**

Ogłoszenia o zamówieniu

**INFORMACJE O ZMIENIANYM OGŁOSZENIU**

**Numer:** 573604-N-2020

**Data:** 12/08/2020

**SEKCJA I: ZAMAWIAJĄCY**

Zarząd Transportu Metropolitalnego, Krajowy numer identyfikacyjny 369308114, ul. Barbary 21A, 40-053 Katowice, woj. śląskie, państwo Polska, tel. +48(32)7438401, e-mail zamowienia@metropoliaztm.pl, faks +48(32)7438745.  
Adres strony internetowej (url): <https://www.metropoliaztm.pl>

**SEKCJA II: ZMIANY W OGŁOSZENIU**

**II.1) Tekst, który należy zmienić:**

**Miejsce, w którym znajduje się zmieniany tekst:**

**Numer sekcji:** II

**Punkt:** 4

**W ogłoszeniu jest:** „...RADIO 1 Kampania spotowa Zakres prac: 1) Zakup czasu antenowego u nadawców i emisja przekazanych przez Zamawiającego spotów. 2) Emisja maksimum 20-sekundowych spotów, w co najmniej 4 regionalnych i/lub lokalnych stacjach radiowych o charakterze informacyjno-rozrywkowym, obejmującym swoim zasięgiem GZM i/lub wybrane miasta GZM (w tym także regionalne rozgłośnie stacji ogólnopolskich/multiregionalnych). 3) Wykonawca powinien dostarczyć raport/zestawienie statystyczne odnośnie wyników słuchalności stacji radiowych w drugim kwartale 2020 r. oraz umotywić wybór stacji i pór emisji reklam (preferowane badanie Radio Track). 4) Liczba spotów: min. 30 spotów emitowanych w ciągu jednego dnia trwania kampanii w jednej stacji radiowej. 5) Emisja spotów wyłącznie w dni robocze (od poniedziałku do piątku). 6) Minimum 80% emisji spotów w tzw. „drive time” (w godzinach: 6:00-10:00 i 15:00-19:00). Wskaźniki w aglomeracji śląskiej, wiek: 25-55. 7) Wykonawca zobowiązany jest do dołączenia do oferty siatki spotów wraz z wyliczonymi parametrami kampanii. 8) Do emisji przekazane może być maksymalnie 5 różnych 20-sekundowych spotów reklamowych. 9) Zamawiający nie dopuszcza emisji spotów reklamowych w rozgłoszeniach radia internetowego. 10) Czas trwania – 4 tygodnie. 11) Emisje powinny być przeprowadzone w następujący sposób: w ciągu dwóch pierwszych tygodni trwania kampanii w dwóch stacjach, w ciągu dwóch kolejnych tygodni – w dwóch innych stacjach radiowych...”

**W ogłoszeniu powinno być:** „...RADIO 1 Kampania spotowa Zakres prac: 1) Zakup czasu antenowego u nadawców i emisja przekazanych przez Zamawiającego spotów. 2) Emisja maksimum 20-sekundowych spotów, w co najmniej 4 regionalnych i/lub lokalnych stacjach radiowych o charakterze informacyjno-rozrywkowym, obejmującym swoim zasięgiem GZM i/lub wybrane miasta GZM (w tym także regionalne rozgłośnie stacji ogólnopolskich/multiregionalnych). 3) Wykonawca powinien dostarczyć raport/zestawienie statystyczne odnośnie wyników słuchalności stacji radiowych w drugim kwartale 2020 r. oraz umotywić wybór stacji i pór emisji reklam (preferowane badanie Radio Track). 4) Liczba spotów: min. 30 spotów emitowanych w ciągu jednego dnia trwania kampanii w jednej stacji radiowej. 5) Emisja spotów wyłącznie w dni robocze (od poniedziałku do piątku). 6) Minimum 80% emisji spotów w tzw. „drive time” (w godzinach: 6:00-10:00 i 15:00-19:00). Wskaźniki w aglomeracji śląskiej, wiek: 25-55. 7) wykreślono 8) Do emisji przekazane może być maksymalnie 5 różnych 20-sekundowych spotów reklamowych. 9) Zamawiający nie dopuszcza emisji spotów reklamowych w rozgłoszeniach radia internetowego. 10) Czas trwania – 4 tygodnie. 11) Emisje powinny być przeprowadzone w następujący sposób: w ciągu dwóch pierwszych tygodni trwania kampanii w dwóch stacjach, w ciągu dwóch kolejnych tygodni – w dwóch innych stacjach radiowych...”

**Miejsce, w którym znajduje się zmieniany tekst:**

**Numer sekcji:** II

**Punkt:** 4

**W ogłoszeniu jest:** „...Wskazania sponsorskie Zakres prac: 1) Zakup czasu antenowego u nadawców i emisja przekazanych przez Zamawiającego spotów w formie wskazania sponsorskiego w dwóch różnych stacjach radiowych. 2) Stacje, w których realizowane są wskazania sponsorskie mogą się pokrywać ze stacjami, w których realizowana jest kampania spotowa. 3) Spot o długości 2-4 s i 8-10 s - tworzące wskazanie sponsorskie do emisji przed oraz po wybranej audycji. 4) Do emisji przekazane mogą być maksymalnie 2 różne wskazania. 5) Emisja wskazań, w co najmniej 2 regionalnych i/lub lokalnych stacjach radiowych o charakterze informacyjno-rozrywkowym, obejmującym swoim zasięgiem GZM i/lub wybrane miasta GZM (w tym także regionalne rozgłośnie stacji ogólnopolskich/multiregionalnych). 6) Wskazania należy umieszczać przed oraz po audycji (taka emisja traktowana jako jedno wskazanie sponsorskie). W szczególności preferowane są informacje drogowe i/lub prognoza pogody. 7) Wykonawca powinien dostarczyć raport/zestawienie statystyczne odnośnie wyników słuchalności stacji radiowych w drugim kwartale 2020 r. oraz umotywić wybór stacji i pór emisji reklam (preferowane badanie Radio Track). 8) Liczba wskazań: min. 10 wskazań emitowanych w ciągu jednego dnia trwania kampanii w jednej stacji radiowej. 9) Emisja wskazań wyłącznie w dniach roboczych. 10) Minimum 80% emisji spotów w tzw. „drive time” (w godzinach: 6:00-10:00 i 15:00-19:00). Wskaźniki w grupie aglomeracja śląska, wiek: 25-55. 11) Wykonawca zobowiązany jest do dołączenia do oferty siatki wskazań wraz z wyliczonymi parametrami kampanii. 12) Zamawiający nie dopuszcza emisji wskazań sponsorskich w rozgłoszeniach radia internetowego. 13) Emisje powinny być przeprowadzone w następujący sposób: w ciągu dwóch pierwszych tygodni trwania kampanii w jednej stacji, w ciągu dwóch kolejnych tygodni w kolejnej stacji radiowej. 14) Termin emisji: cztery tygodnie trwania kampanii (pierwszy i drugi tydzień – w jednej stacji radiowej; trzeci i czwarty tydzień – w innej stacji radiowej)....”

**W ogłoszeniu powinno być:** „...Wskazania sponsorskie Zakres prac: 1) Zakup czasu antenowego u nadawców i emisja przekazanych przez Zamawiającego spotów w formie wskazania sponsorskiego w dwóch różnych stacjach radiowych. 2) Stacje, w których realizowane są wskazania sponsorskie mogą się pokrywać ze stacjami, w których realizowana jest kampania spotowa. 3) Spot o długości 2-4 s i 8-10 s - tworzące wskazanie sponsorskie do emisji przed oraz po wybranej audycji. 4) Do emisji przekazane mogą być maksymalnie 2 różne wskazania. 5) Emisja wskazań, w co najmniej 2 regionalnych i/lub lokalnych stacjach radiowych o charakterze informacyjno-rozrywkowym, obejmującym swoim zasięgiem GZM i/lub wybrane miasta GZM (w tym także regionalne rozgłośnie stacji ogólnopolskich/multiregionalnych). 6) Wskazania należy umieszczać przed oraz po audycji (taka emisja traktowana jako jedno wskazanie sponsorskie). W szczególności preferowane są informacje drogowe i/lub prognoza pogody. 7) Wykonawca powinien dostarczyć raport/zestawienie statystyczne odnośnie wyników słuchalności stacji radiowych w drugim kwartale 2020 r. oraz umotywić wybór stacji i pór emisji reklam (preferowane badanie Radio Track). 8) Liczba wskazań: min. 10 wskazań emitowanych w ciągu jednego dnia trwania kampanii w jednej stacji radiowej. 9) Emisja wskazań wyłącznie w dniach roboczych. 10) Minimum 80% emisji spotów w tzw. „drive time” (w godzinach: 6:00-10:00 i 15:00-19:00). Wskaźniki w grupie aglomeracja śląska, wiek: 25-55. 11) wykreślono 12) Zamawiający nie dopuszcza emisji wskazań sponsorskich w rozgłoszeniach radia internetowego. 13) Emisje powinny być przeprowadzone w następujący sposób: w ciągu dwóch pierwszych tygodni trwania kampanii w jednej stacji, w ciągu dwóch kolejnych tygodni w kolejnej stacji radiowej. 14) Termin emisji: cztery tygodnie trwania kampanii (pierwszy i drugi tydzień – w jednej stacji radiowej; trzeci i czwarty tydzień – w innej stacji radiowej)....”

**Miejsce, w którym znajduje się zmieniany tekst:**

**Numer sekcji:** IV

**Punkt:** 6.2.

**W ogłoszeniu jest:** Data: 2020-08-24, godzina: 12:00,

**W ogłoszeniu powinno być:** Data: 2020-08-25, godzina: 10:00,

Drukuj