

### Do wszystkich uczestników postępowania

Zgodnie z art. 135 ust 2 ustawy Prawo zamówień publicznych z dnia 19 września 2019 roku (Dz. U. z 2019 r., poz. 2019 ze zm.) udzielam odpowiedzi na pytania, które wpłynęły do Urzędu Statystycznego w Gdańsku od uczestników postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pod nazwą: „Przeprowadzenie kampanii promocyjnej Narodowego Spisu Powszechnego 2021 na terenie województwa pomorskiego na potrzeby Urzędu Statystycznego w Gdańsku w podziale na II części:

Część I - Publikacja materiałów reklamowych w drukowanej prasie regionalnej oraz jej odpowiednikach w Internecie, promocja na profilu społecznościowym Facebook, a także zakup czasu antenowego w lokalnych rozgłośniach radiowych w celu promocji Narodowego Spisu Ludności i Mieszkań 2021.

Część II - Przeprowadzenie outdoorowej akcji reklamowej Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań 2021 na terenie województwa pomorskiego”,

Urząd Statystyczny w Gdańsku udziela następujących wyjaśnień:

**Pytanie nr 10:** . W przypadku prasy drukowanej posiadającej serwis internetowy Wykonawca dokona wynajmu powierzchni reklamowej w formie banera reklamowego na wszystkich stronach serwisu Internetowego (powiązanego z dziennikami informacyjnymi o zasięgu obejmującym województwo pomorskie). Baner powinien być widoczny po otwarciu strony. Preferowany jest baner typu DOUBLE BILLBOARD 750x200 PX w zakresie co najmniej 100 000 CPM (odstón) Minimalny czas ekspozycji banera od dnia podpisania umowy do 30 czerwca 2021 r. 6) Zamawiający przekaże elektroniczną wersję banera reklamowego zgodnego z wymogami technicznymi wskazanymi przez Wykonawcę. Zamawiający zastrzega możliwość wymiany wersji elektronicznej banera według potrzeb Zamawiającego.

Te 100 000 odstón ma być miesięcznie czy na cały okres trwania kampanii? I jeśli to jest co najmniej 100 000 odstón to o ile mniej więcej może się ta liczba zwiększyć?

**Odpowiedź – Zamawiający, zgodnie z zapisem w Opisie Przedmiotu Zamówienia, oczekuje minimum 100 tys. odstón banera reklamowego na stronie każdego z dzienników, czyli min. 100 tys. odstón dotyczy jednego dziennika, nie jest to łączna liczba odstón w obu dziennikach. Jest to liczba odstón przez cały okres trwania kampanii. Zwiększenie liczby odstón może dotyczyć obu, bądź jednego z dzienników o ok. 50 -100 tys. odstón.**

**Pytanie nr 11.:** najmniej 53 000. Ogłoszenia powinny być publikowane w tzw. wydaniach piątkowych (weekendowych) wybranych dzienników, na zmianę tak aby terminy ich publikowania w poszczególnych dziennikach nie pokrywały się. Preferowane jest opublikowanie w kwietniu 4 ogłoszeń łącznie (na zmianę po 2 ogłoszenia w każdym dzienniku), 2 w maju – 3 ogłoszenia łącznie (na zmianę 2 ogłoszenia jednym dzienniku i 1 ogłoszeniu w drugim dzienniku) oraz w czerwcu – 2 ogłoszenia (na zmianę po 1 ogłoszeniu w każdym dzienniku). Działania promocyjne w prasie, czyli publikacja reklam i artykułów, będą trwały do 30 czerwca 2021 r." Czy wspomniany nakład 53 000 dotyczy wszystkich emisji w kwietniu, maju oraz czerwcu czy oddzielnie w każdym m-cu ma być to zagwarantowane?

**Odpowiedź – Zamawiający informuje, że nakład dotyczy łącznie obu dzienników (ich wydań piątkowych tzw.: weekendowych) oraz w ramach tych wydań ich dodatków (tygodników) lokalnych. Wskazany nakład dotyczy jednego wydania piątkowego („weekendowego”) obu dzienników**

**Pytanie nr 12:** W związku z opublikowaniem przez Państwa odpowiedzi na pytania, zwracamy się z wnioskiem o przedłużenie terminu do złożenia oferty. W uzasadnieniu wskazujemy, że zamawiający przedstawił w odpowiedziach istotne informacje z punktu widzenia wyceny tego zamówienia, o których wykonawcy nie wiedzieli wcześniej. Co wymaga korekty ofert. Zakres szczególnie części 1 obejmuje dużo podwykonawców, jest więc potrzebny dodatkowy czas na to aby skorygować oferty. Prosimy o wzięcie pod uwagę również faktu, że tym tygodniu wypadają również święta. Mając powyższe na względzie wnosimy jak na wstępie.

**Odpowiedź – Zamawiający nie wyraża zgody na przedłużenie terminu składania ofert. Odpowiedzi, które zostały udzielone oferentom stanowiły potwierdzenie (doprecyzowanie) informacji już zawartych w załączniku nr 1 do Specyfikacji Warunków Zamówienia. Odpowiedzi nie wpłynęły na zmianę zakresu zamówienia. Zamawiający nie ma natomiast żadnego wpływu na liczbę ewentualnych podwykonawców zaangażowanych w realizację zamówienia, a warunki w tym zakresie były od początku znane potencjalnym wykonawcom.**

**Pytanie nr 13:** Zamawiający w swoich odpowiedziach nie ustosunkował się do założeń kampanii na FB. Prosimy o doprecyzowanie jakie wyniki podczas tej kampanii ma osiągnąć wykonawca ( ilość odsłon , kliknięć itp) cokolwiek co umożliwi skalkulowanie tej kampanii. Bez podstawowych wskaźników trudno jest zaplanować tę kampanię. Być może zamawiający może określić budżet takiej kampanii?

**Odpowiedź - Zamawiający informuje, że w zakresie kampanii na FB będącej częścią zamówienia publicznego określona w Części I założony budżet wynosi 5 000 zł brutto.**

**Pytanie nr 14. :** Dotyczy części I - kampanii w rozgłośniach radiowych.- Zamawiający napisał, że oczekuje od wykonawcy przygotowania kampanii w 6 pozostałych stacjach gdzie na każdej powinno być wyemitowane 120 spotów min 3 razy dziennie co drugi dzień tak, aby emisja spotów w tych rozgłośniach w poszczególnych dniach nie pokrywała się. Co oznacza, że emisja spotów w tych poszczególnych stacjach ma się ze sobą nie pokrywać ? Na każdą stację przypada 80 dni kampanii, a stacji jest 6 co wydłuża całkowicie czas kampanii. Czy chodzi o to, że emisja spotów na każdej stacji ma być w innym paśmie ?

**Odpowiedź – Zamawiający zapisał w Opisie Przedmiotu Zamówienia, że w 6 stacjach emisja spotów powinna odbywać się co drugi dzień tak, aby ich emisja w poszczególnych dniach nie pokrywała się. Oznacza to, że emisja spotów w stacjach radiowych o zbliżonym zasięgu nie była emitowana w jednym dniu tylko na zmianę co drugi dzień. Emisja spotów w danym dniu w stacjach o różnym zasięgu może się pokrywać.**

**Pytanie nr 15 - "Część I - Publikacja materiałów reklamowych w drukowanej prasie regionalnej oraz jej odpowiednikach w Internecie" - pytanie: Czy Zamawiający dopuszcza łączenia wydawnictwa prasowego i internetowego łącznie w celu wykazania nakładu w wysokości 53 000 egz ?**

**Odpowiedź - Zgodnie z opisem OPZ wskazany nakład dotyczy tylko prasy drukowanej. Zamawiający informuje, że nakład ten dotyczy jednego wydania piątkowego („weekendowego”) obu dzienników.**