

DZP.261.46.2024.AW.5

Warszawa, dnia 03.10.2024 r.

## **WSZYSCY WYKONAWCY**

Dotyczy postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie podstawowym na podstawie art. 275 ust. 2 ustawy z dnia 11 września 2019 r. – Prawo zamówień publicznych (Dz.U. z 2024 r. poz. 1230) zwanej dalej „upzp” na **obsługę nośników reklamowych na potrzeby kampanii outdoorowej i internetowej wydarzenia pt. „VI Międzynarodowy Festiwal Muzyki Europy Środkowo-Wschodniej EUFONIE”**.

Działając na podstawie art. 284 ust. 2 upzp, niniejszym Narodowe Centrum Kultury udziela wyjaśnień na zapytania dotyczące Specyfikacji Warunków Zamówienia we wskazanym powyżej postępowaniu:

### **PYTANIE:**

W odpowiedzi udzielonej przez Zamawiającego z dnia 2.10 na zadane pytanie dot. formatów reklamowych w metrze jak i możliwych opcji godzin emisji, które zarówno w przypadku Digital Metroboard jak i Tripley są możliwe tylko w opcji całodziennej lub w Prime Time (7:00-9:00, 16:00-19:00) lub Off peak (6:00-7:00, 9:00-16:00, 19:00-24:00). Zamawiający wprowadzając zmiany treści Specyfikacji Warunków Zamówienia w Rozdziale I pkt 1.1 OPZ tego nie zmienił - nie ma możliwości wyboru dowolnej pory dnia tj. przez pół każdego dnia trwania kampanii w godz. 5:30 – 15:00 lub 15:00 – 00:30. Prosimy o wprowadzenie zmiany oraz wskazanie w których opcjach czasowych emisja ma zostać uwzględniona w ofercie - w opcji całodziennej lub w Prime Time (7:00-9:00, 16:00-19:00) lub Off peak (6:00-7:00, 9:00-16:00, 19:00-24:00) ?

### **ODPOWIEDŹ:**

**Zgodnie z poniższą modyfikacją SWZ.**

**Zamawiający, działając w oparciu o art. 286 ust. 1 upzp, dokonuje zmiany treści Specyfikacji Warunków Zamówienia w Rozdziale I pkt 1.1. OPZ z zapisu:**

Prezentacja treści reklamowych (**20 emisji na godzinę**, czas trwania jednej emisji: 15 sekund) dostarczonych przez Zamawiającego na **28 ekranach Digital Metroboard (linia**

**M2)** i 14 ekranach TRIPLAY na peronach warszawskiego metra (**stacje do wyboru: Dworzec Gdański, Świętokrzyska, Centrum, Politechnika, Wilanowska, Kabaty**) przez pół każdego dnia trwania kampanii w godzinach: 05:30-15:00 lub 15:00-00:30 z możliwością wyboru bloku godzinowego przez Zamawiającego. Czas trwania kampanii: od 01.11.2024 r. do 30.11.2024 r.

**Na zapis:**

Prezentacja treści reklamowych (20 emisji na godzinę, czas trwania jednej emisji: 15 sekund) dostarczonych przez Zamawiającego na 28 ekranach Digital Metroboard (linia M2) i 14 ekranach TRIPLAY na peronach warszawskiego metra (stacje do wyboru: Dworzec Gdański, Świętokrzyska, Centrum, Politechnika, Wilanowska, Kabaty) – **emisja całodzienna**. Czas trwania kampanii: od 01.11.2024 r. do 30.11.2024 r.

**Zamawiający zmienia termin otwarcia ofert na:**

07.10.2024, godz. 10:00

**Termin otwarcia ofert na:**

07.10.2024, godz. 10:05

**Termin związania ofertą:**

05.11.2024

Zastępca Dyrektora  
Narodowego Centrum Kultury

Elżbieta Milwiw-Baron