



Kraków, dnia 1 grudnia 2016 r.

Dotyczy: przetarg nieograniczony na przygotowanie materiału graficznego i merytorycznego 4-stronicowego dodatku przeznaczanego do emisji w dwóch gazetach (dzienniki) o zasięgu regionalnym wydawanych na terenie województwa małopolskiego oraz zakup powierzchni reklamowej w dwóch lokalnych wydawnictwach o zasięgu regionalnym wydawanych na terenie województwa małopolskiego oraz na portalach internetowych, które to zadanie realizowane jest w ramach projektu pn. „Power up your Business in Małopolska” (RPO WM 3.3.1).

nr postępowania: 3/2016/POWER UP

Działając na podstawie art.38 ust. 2 ustawy Prawo zamówień publicznych (tj. Dz. U. z 2015r. poz. 2164 - tekst jednolity ze zm.), Krakowski Park Technologiczny z ograniczoną odpowiedzialnością jako Zamawiający informuje, że w związku z Ogłoszeniem o zamówieniu nr 3/2016/ POWER UP wpłynął wniosek o wyjaśnienie treści SIWZ. Poniżej Zamawiający przedstawia treść wniosku wraz z odpowiedzią Zamawiającego:

- 1) W treści SIWZ Zamawiający na str. 6 w opisie kryteriów wskazał, że *20% oceny oferty stanowi nakład (wydania piątkowego) dziennika nr 1 do którego zostanie załączony dodatek i odrębnie 20% oceny oferty stanowi nakład (wydania piątkowego) dziennika nr 2 do którego zostanie załączony dodatek.*

Proszę o doprecyzowanie:

- Jakiego nakładu dotyczy kryterium nakładu – czy chodzi o średnią nakładu dzienników z przeszłości – jeśli tak proszę o doprecyzowanie za jaki okres należy wyliczyć średnią nakładu w piątkowym wydaniu dzienników (np. ostatnie 6 miesięcy), czy też chodzi o nakład z konkretnego dnia – np. z ostatniego wydania piątkowego dzienników.
- Czy też być może Zamawiający ma na myśli wysokość deklarowanego przez Wykonawcę na przyszłość, tj. na dzień publikacji materiałów wysokość nakładu dzienników.

Odpowiedź:

Zamawiający wyjaśnia, iż w kryterium „nakład (wydania piątkowego) dziennika nr 1 do którego zostanie dołączony dodatek” należy podać deklarowany przez Wykonawcę na przyszłość nakład – to jest średni deklarowany nakład wydania piątkowego przewidziany w okresie od 1 stycznia 2017 r. do 31 marca 2017 r.

Zamawiający wyjaśnia, iż w kryterium „nakład (wydania piątkowego) dziennika nr 2 do którego zostanie dołączony dodatek” należy podać deklarowany przez Wykonawcę na

przyszłość nakład – to jest średni deklarowany nakład wydania piątkowego przewidziany w okresie od 1 stycznia 2017 r. do 31 marca 2017 r.

2) W załączniku nr 3 do SIWZ pn. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia, Zamawiający wskazał, że:

A. *nakład dwóch lokalnych gazet (dzienników), do których ma zostać dołączony dodatek i w których opublikowane mają zostać reklamy, nie powinien być mniejszy niż 20 000 egzemplarzy w dniu emisji materiału promocyjnego;*

B. *Wykonawca ma zapewnić przygotowanie materiału merytorycznego przez dziennikarza.*

Ad A.

Proszę o doprecyzowanie:

- czy wymóg zapewnienia przez Wykonawcę nakładu dzienników w wysokości 20.000 egzemplarzy liczony jest odrębnie dla każdego z dzienników, tj. czy odrębnie dla dziennika nr 1 i dla dziennika nr 2? Innymi słowy, każdy z tych dzienników musi zostać wydany w nakładzie powyżej 20.000 egzemplarzy w dniu publikacji materiałów?
- czy wymóg zapewnienia przez Wykonawcę nakładu dzienników w wysokości 20.000 egzemplarzy dotyczy zarówno publikacji w poniedziałek, jak i w piątek, tj. czy Wykonawca zapewnić ma, że materiał opublikowany będzie zarówno w piątek, jak i w poniedziałek w dzienniku, którego nakład zarówno w piątek, jak i w poniedziałek, będzie przekraczał każdorazowo w dniu publikacji 20.000 egzemplarzy?

Odpowiedź:

Wymóg zapewnienia przez Wykonawcę nakładu dzienników w wysokości 20.000 egzemplarzy liczony jest odrębnie dla każdego z dzienników, tj. czy odrębnie dla dziennika nr 1 i dla dziennika nr 2. Każdy z dzienników musi zostać wydany w nakładzie powyżej 20 000 egzemplarzy w dniu emisji.

Wymóg zapewnienia przez Wykonawcę nakładu dzienników w wysokości 20.000 egzemplarzy dotyczy zarówno publikacji w poniedziałek, jak i w piątek.

Ad B.

Wykonawca wskazuje, że niezbędne jest wyjaśnienie przez Zamawiającego używanego przez niego pojęcia w SIWZ w postaci „przygotowania materiału merytorycznego przez dziennikarza” oraz „dodatku”, w szczególności czy za publikację ww. materiałów Zamawiający uznaje ich publikację w taki sposób, aby dodatek, w tym materiał merytoryczny wyróżniał się od tekstów redakcyjnych czy też dodatków redakcyjnych?

Wykonawca wyjaśnia, że w świetle zarówno ustawy dnia 26 stycznia 1984 roku Prawo prasowe, jak również Kodeksu Dobrych Praktyk Wydawców Prasy niedopuszczalne jest



przygotowanie przez Wykonawcę tekstów redakcyjnych na zlecenie podmiotów, współpracujących z Wykonawcą, ani także zamieszczanie takich tekstów bez odpowiedniego odróżnienia ich od tekstów redakcyjnych czy też dodatków redakcyjnych. Dopuszczalne jest przy tym publikowanie określonych materiałów dostarczonych przez Zamawiającego w odpowiedniej formie, tj. w taki sposób, aby odpowiednio wyróżniały się od tekstów redakcyjnych (artykułów prasowych). Tym samym, niezbędne jest potwierdzenia przez Zamawiającego, że nie wymaga publikacji dodatku, w tym materiału merytorycznego, jako materiału redakcyjnego.

Dodatkowo, wymaga zaznaczenia, że dziennikarze zatrudnieni u Wykonawcy nie mogą przygotować materiałów, które są przedmiotem zamówienia – zabrania tego zarówno ustawa Prawo prasowe, jak i Kodeks dobrych praktyk wydawców. Dopuszczalne jest przy tym wykonywanie takich zadań przez inne osoby zatrudnione u Wykonawcy (m.in. copywriterzy), które to osoby mają odpowiednią praktykę i doświadczenie w tym zakresie.

Wykonawca wnosi zatem o zmianę treści SIWZ we wskazany powyżej sposób, względnie o udzielenie wyjaśnień przez Zamawiającego, aby była możliwość złożenia oferty bez wątpliwości w zakresie wymagań Zamawiającego – takie działanie umożliwi większej liczbie podmiotów przystąpienie do przedmiotowego postępowania, dzięki czemu zachowana zostanie zasada uczciwej konkurencji i równego traktowania.

Odpowiedź:

Zamawiający wyjaśnia, że przedmiotem zamówienia jest opracowanie materiału mającego charakter artykułów sponsorowanych i Zamawiający nie wyklucza oznaczenia tych materiałów jako materiałów promocyjnych i reklamowych.

Zamawiający dopuszcza przygotowanie zleconych materiałów przez osoby zatrudnione u Wykonawcy – copywriterów.

Mariola Kocon

PROKURENT