

Olsztyn, dnia 14.01.2020 r.

WYKONAWCY

Zamawiający odpowiada na pytania Wykonawców do SIWZ w przetargu nieograniczonym (numer postępowania MPEC/PE-EZ/216/19) pn. **PUBLIKACJA ARTYKUŁÓW W RAMACH KAMPANII INFORMACYJNO-PROMOCYJNEJ.**

Pytanie nr 1

Zamawiający wymaga w SIWZ, żeby artykuły ukazały się w codziennym dzienniku (min. 5 razy w tygodniu). W związku z powyższymi wymaganiami, wymaga wyjaśnienia przez Zamawiającego czy dopuszcza on opublikowanie artykułów także na stronach lokalnych ukazujących się 2 razy w tygodniu w codziennym dzienniku krajowym. Wykonawca oświadcza, że jest wydawcą gazety o zasięgu krajowym ze stronami lokalnymi obejmującymi swoim zasięgiem województwo warmińsko-mazurskie i miasto Olsztyn. Niniejsze strony lokalne ukazują się w następujące dni: we wtorki w dodatku Mój Biznes oraz w piątki w dodatku dot. woj. warmińsko-mazurskiego.

Odpowiedź:

Zamawiający dopuszcza publikowanie artykułów w dzienniku ogólnopolskim, ale wyłącznie na stronach lokalnych, dedykowanych regionowi warmińsko-mazurskiemu.

Pytanie nr 2

Zamawiający wymaga w SIWZ, aby tytuł prasowy rozpowszechniany był płatnie na terenie Olsztyna oraz województwa warmińsko-mazurskiego w ilości co najmniej 3 tys. egzemplarzy. Nadto, w załączniku nr 4 należy wskazać średnią sprzedaż jednorazową dziennika drukowanego. Wykonawca wnosi o wyjaśnienie za jaki okres czasu i z jakiego terytorium ma podać dane w kontekście średniej sprzedaży jednorazowej dziennika drukowanego.

Odpowiedź:

Zamawiający zaakceptuje informację o sprzedaży jednorazowej dziennika dystrybuowanego na terenie Olsztyna i woj. warmińsko-mazurskiego (a w przypadku wydania ogólnopolskiego z dodatkiem regionalnym – jedynie tych wydań dziennika, które zawierały dodatek lokalny), z dowolnego, 12-miesięcznego okresu, jednak dane nie powinny być starsze niż z 2017 roku.

Pytanie nr 3

Wykonawca wskazuje, że niezbędne jest wyjaśnienie przez Zamawiającego używanego przez niego pojęcia „artykułów”, w szczególności czy za artykuły uznaje opracowanie tekstu przez copywritera i publikację takiego materiału w formie reklamy (artykułu sponsorowanego)? 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 dziennikarzy tekstów na zlecenie podmiotów, współpracujących z Wykonawcą, ani także zamieszczanie takich tekstów bez odpowiedniego wyróżnienia ich od tekstów redakcyjnych (artykułów prasowych), pochodzących od dziennikarzy. Nadto, Wykonawca prosi o doprecyzowanie przez Zamawiającego, czy Zamawiający dostarczy i udostępni odpowiednie materiały, na podstawie których ma być opracowana publikacja przez Wykonawcę, w tym także stosowne materiały graficzne (zdjęcia), które mogłyby zostać wykorzystane w samej publikacji. Jednocześnie Wykonawca wskazuje, że wyjaśnienie SIWZ przez Zamawiającego umożliwi większej liczbie podmiotów, w tym Wykonawcy, przystąpienie do przedmiotowego postępowania, dzięki czemu zachowana zostanie zasada uczciwej konkurencji i równego traktowania.

Odpowiedź:

Zamawiający użył słowa „artykuł”, jako skrótu od definicji artykułu promocyjnego/sponsorowanego. Zamawiający dostarczy wymogi dotyczące graficznego składu materiału, archiwalne zdjęcia oraz materiały i źródła tekstowe, z których Wykonawca przygotowuje gotowy artykuł sponsorowany, wraz z oprawą graficzną.