

Warszawa, 24 kwietnia 2020 r.

Odpowiedzi na pytania potencjalnych Wykonawców w postępowaniu na **Zakup powierzchni w prasie i na portalach internetowych oraz narzędzi reklamowych**

**Pytanie 1.** – e-mail z dnia 21/04/2020

W pliku MR\_DK\_Kosztorys\_prasa\_i\_portale\_20200417.xls jest napisane w komórce C50 oraz D50 „*Produkcja i publikacja banneru reklamowego, O wymiarach co najmniej 300 x 250 pixeli, w górnej części strony głównej, baner będzie odsyłać w miejsce wskazane przez Zamawiającego. Okres emisji 1 tydz., 5 tys. RU. cena jednostkowa w zł netto*” natomiast w SPOZ pkt 9 ppt 3d jest napisane Zakup narzędzi reklamowych w terminach wskazanych przez zamawiającego, które składają się na: produkcję i publikację bannerów reklamowych na portalach ogólnoinformacyjnych o zasięgu powyżej 5 mln RU oraz serwisach z kategorii biznes/finanse w ekspozycji zapewniającej widoczność powyżej 50% (widoczność mierzona wg definicji IAB Polska).

Proszę o odpowiedź jaką wartość należy przyjąć do wyceny czy 5 tys RU czy 5 mln RU? Niespójność powoduje duże problemy z wyceną.

Zamawiający potwierdza, że w komórkach C50 oraz D50 Kosztorysu właściwą wartością jest **5 mln RU** i taką należy przyjąć do wyceny. Z uwagi na nieścisłość Zamawiający dokonuje zmiany Kosztorysu działań – zamieszcza plik Zaktualizowany kosztorys\_MR\_DK\_prasa\_i\_portale\_20200421 oraz przedłuża termin składania ofert do 27 kwietnia 2020 roku.

**Pytanie 2.** – e-mail z dnia 21/04/2020

**Dzień dobry**

Zwracam się z prośbą o udzielenie odpowiedzi na poniższe pytanie do zapytania pn.: Zakup powierzchni w prasie i na portalach internetowych oraz narzędzi reklamowych Dot. SOPZ, str. 5, Pkt 9, e) – Zadania wykonawcy po podpisaniu umowy. - "Zakup narzędzi reklamowych w terminach wskazanych przez zamawiającego, które składają się na: produkcję i publikację bannerów reklamowych na portalach ogólnoinformacyjnych o zasięgu powyżej 5 ml RU oraz serwisach z kategorii biznes/finanse w ekspozycji zapewniającej widoczność powyżej 50% (widoczność mierzona wg definicji IAB Polska)."

Zakup i wskazanie konkretnej ekspozycji reklamy uwzględniającej parametr "widoczność" jest możliwy w modelu programmatic, który z kolei zawęży możliwość wykorzystania najpopularniejszych platform, formatów, serwisów jak i ogranicza konkurencyjność składanej oferty. Czy związku z powyższym zamawiający dopuszcza aby kampania realizowana w danym serwisie osiągnęła wskaźnik widoczności na poziomie >50% i dopuszczała wykorzystanie innych najpopularniejszych formatów, w tym wymienionych w najnowszym raporcie Meetrics "Viewability Benchmark Report" i/lub stosowania się do unikania głównych przyczyn braku widoczności wymienionych w tym raporcie?

Zamawiający dopuszcza, aby kampania realizowana w danym serwisie osiągnęła wskaźnik widoczności na poziomie >50% i dopuszcza wykorzystanie innych najpopularniejszych formatów poza wymienionymi w SOPZ, po wcześniejszej akceptacji Zamawiającego.

**Pytanie 3** – e-mail z dnia 22/04/2020

**Witam,**

Dotyczy <https://www.gov.pl/web/rozwoj/zakup-powierzchni-w-prasie-i-na-portalach-internetowych-oraz-narzedzi-reklamowych>

Z XLS: Produkcja i publikacja banneru reklamowego, O wymiarach co najmniej 300 x 250 pixeli, w górnej części strony głównej, baner będzie odsyłać w miejsce wskazane przez Zamawiającego. Okres emisji 1 tydz., 5 mln RU. cena jednostkowa w zł netto.

**Czy mamy wycenić baner który na stronie głównej przez tydzień emisji dotrze do 5 mln RU?  
Wartość w każdym wierszu przekracza wówczas naszym zdaniem wartość przetargu.**

Zgodnie z Rozdziałem 9 pkt. 3 litera e) proszę wycenić produkcję i publikację bannerów reklamowych na portalach ogólnoinformacyjnych o zasięgu powyżej 5 mln RU.

**Pytanie 4.** - e-mail z dnia 22/04/2020

**Szanowni Państwo,**

Zwracamy się z prośbą o odpowiedź dotyczącą kampanii prasowej. W tabeli "Zaktualizowany kosztorys" widnieją kolumny nazwane:

**1 strona gazety, 2 strona gazety, etc. Mamy informacje z gazet/pism, że nie możliwe jest umieszczenie 1/2 strony reklamy/ogłoszenia na 1 stronie gazety/pisma. Proszę w takim razie o sprecyzowanie co Zamawiający miał na myśli?**

Zamawiający po kontakcie z kilkoma tytułami prasowymi zdecydował się na usunięcie z Kosztorysu działań pozycji, które są wyceną dla 1 i 2 strony gazety, potwierdzając, że w wielu pozycjach zakup taki byłby niemożliwy. Z kosztorysu usunięto również w poz. 67 D,E,F,G,H,I ze względu na brak możliwości zakupu półkolumnowej reklamy na stronach 1-7.

**Pytanie 5.i 6.** – e-mail 23/04/2020

**Dzień dobry**

Zwracam się z prośbą o udzielenie odpowiedzi na poniższe pytania do zapytania pn.: Zakup powierzchni w prasie i na portalach internetowych oraz narzędzi reklamowych

Załącznik nr 1 do FO „Produkcja i publikacja banneru reklamowego, O wymiarach co najmniej 750 x 100 pixeli, w górnej części strony głównej, baner będzie odsyłać w miejsce wskazane przez Zamawiającego. Okres emisji 1 tydz., 5 mln. RU. cena jednostkowa w zł netto” oraz "Produkcja i publikacja banneru reklamowego, O wymiarach co najmniej 300 x 250 pixeli, w górnej części strony głównej, baner będzie odsyłać w miejsce wskazane przez Zamawiającego. Okres emisji 1 tydz., 5 mln. RU. cena jednostkowa w zł netto".

Zamawiający nie wskazuje (poza czasem emisji, wymiarem bannerów i liczby RU na wskazanych portalach) innych parametrów na których można by oprzeć wycenę (na przykład liczby wymaganych UU w Załączniku nr 2 do FO).

**Pytanie:** Czy są dodatkowe parametry, poza tymi wskazanymi, które powinny zostać uwzględnione w wycenie Załącznika nr 1 do FO.?

**Pytanie 2:** Czy Zamawiający wyklucza rekomendowanie innych portali w wymaganym media planie, niż te podane w Załączniku nr 1 do FO

AD1. Zamawiający nie wymaga uwzględnienia dodatkowych parametrów.

AD2. W mediaplanie należy uwzględnić tylko portale wymienione w Załączniku nr 1 do FO.

---

Udzielone odpowiedzi na pytania Wykonawców stanowią uzupełnienie dokumentacji postępowania i są wiążące dla Wykonawców, którzy złożą oferty w ramach prowadzonego przez Zamawiającego rozeznania rynku.