

DZP.261.46.2024.AW.4

Warszawa, dnia 02.10.2024 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:

Zwracamy się z informacją, że nie ma możliwości wycenienia kampanii w metrze zgodnie z obowiązującym OPZ. Poniżej odpowiedź od jedyne go brokera kampanii w metrze na prośbę o wycenę zgodnie z aktualnymi założeniami. Prośba o zapoznanie się i zmianę OPZ tak, aby możliwe było zrealizowanie kampanii.

1. Digital Metroboard – 26 szt; 4 emisje/1h; 15 sekund - DMB – cała sieć składa się z 28 sztuk. Jeśli wyjąlibyśmy stację, na której są 2 sztuki, to cen podskoczyłaby do góry, gdyż preferujemy sprzedaż całej sieci ponad sprzedaż poszczególnych stacji. Jedyna emisja jaką mamy w ofercie to: 20 spotów na godzinę, czyli raz na 3 minuty. Nie oferujemy innej częstotliwości. Długość spotu 15 sekund

2. TRIPLAY – 14 szt; 4 emisje/1h; 15 sekund - Cała sieć to 130 nośników, można wybrać pojedyncze stacje ale nie ma wyboru pojedynczych nośników. Np. na stacji Centrum jest 14 Triplayów i pytanie czy w takim przypadku mamy wycenić tylko Centrum. Podobnie jak wyżej jedyna emisja jaką mamy w ofercie to: 20 spotów na godzinę, czyli raz na 3 minuty. Nie oferujemy innej częstotliwości. Długość spotu 15 sekund

Termin kampanii: 1.11.2024 – 30.11.2024

stacje: Dworzec Gdański, Ratusz Arsenał, Świętokrzyska, Centrum, Politechnika, Pole Mokotowskie, Wilanowska, Służew, Stokłosy, Kabaty; To stacje tylko linii M1. Czyli nie

robimy linii M2?. Digital Metroboardy mamy tylko na peronach M2.
przez pół każdego dnia trwania kampanii w godz. 5:30 – 15:00 lub 15:00 – 00:30 z
możliwością wyboru bloku godzinowego przez Zamawiającego. Oferujemy digitale w opcji
całodziennej albo 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) nie ma możliwości wyboru dowolnej pory dnia.

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 (4 emisje w godzinie, czas trwania jednej emisji: 15 sekund) dostarczonych przez Zamawiającego na 26 ekranach Digital Metroboard i 14 ekranach TRIPLAY na peronach warszawskiego metra (stacje: Dworzec Gdański, Ratusz Arsenal, Świętokrzyska, Centrum, Politechnika, Pole Mokotowskie, Wilanowska, Służew, Stokłosy, 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**) 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.

Zastępca Dyrektora
Narodowego Centrum Kultury

Elżbieta Milwiw-Baron