

Warszawa, dnia 11 grudnia 2018 r.

Wykonawcy ubiegający się
o udzielenie zamówienia

Dotyczy: postępowania pn. „Przygotowanie strategii, koncepcji kreatywnej oraz realizację kampanii edukacyjno-informacyjnych na rzecz upowszechniania korzyści z technologii cyfrowych”

znak: ZZ.2111.87.2018.MKR [KEI]

**WYJAŚNIENIE/ ZMIANA SIWZ
W POSTĘPOWANIU O UDZIELENIE ZAMÓWIENIA PUBLICZNEGO PROWADZONEGO
W TRYBIE DIALOGU KONKURENCYJNEGO**

I. Działając na podstawie art. 38 ust. 1 pkt 1) ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t. j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1579 ze zm.), zwanej dalej „ustawą Pzp, w związku z otrzymanymi pytaniami do treści SIWZ w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie dialogu konkurencyjnego, Zamawiający udziela wyjaśnień treści:

Pytanie 1:

Zwracam się z pytaniem odnośnie sposobu realizacji działań w internecie. W tomie II SIWZ (str.5) w Zadaniu 1: Opracowanie Strategii Kampanii w sekcji Strategia - wskazówki znajduje się punkt 6 o następującym brzmieniu:

6. Niniejsze zamówienie nie obejmuje następujących działań:

- produkcja i emisja spotów telewizyjnych
- organizacja konferencji i szkoleń
- przygotowanie strategii działań PR
- zakup kampanii w sieci reklamowej Google i mediach społecznościowych

W załączniku nr 1 do Tomu I SIWZ znajduje się z kolei Tabela nr 3 - wskaźniki zasięgowe, określająca minimalne wartości wskaźników zasięgowych wymaganych w etapach 1-7.

Pytanie:

Czy do uzyskania wskaźników wymienionych w Tabeli nr 3 można oprócz portali wertykalnych i horyzontalnych wykorzystać GDN? Wydaje się, że bez sieci GDN nie jest możliwe dostarczenie wymaganych wskaźników przy zadanym czasie i budżecie dla każdego etapu od 1 do 7.

Jeśli można skorzystać z sieci GDN w tym wypadku to czego dotyczy poniższy zapis w tomie II SIWZ (str.5) w Zadaniu 1: Opracowanie Strategii Kampanii w sekcji Strategia - wskazówki znajduje się punkt 6?

Odpowiedź 1:

Zamawiający wyjaśnia, że Wykonawca może wykorzystywać Google Display Network (GDN) w celu osiągnięcia wskaźników wymienionych w TABELI NR 3 - WSKAŹNIKI ZASIĘGOWE w Załączniku nr 1 do Tomu I SIWZ- IDW. Patrz Zmiana nr 1 poniżej.

II. Działając na podstawie art. 38 ust. 4 ustawy Pzp, Zamawiający dokonuje zmiany treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia (zwanej dalej „SIWZ”).

Zmiana:

W pkt 6 w „Zadaniu 1: Opracowanie Strategii Kampanii” Tomu II SIWZ – SOPZ (str. 6).

Było:

„6. Niniejsze zamówienie nie obejmuje następujących działań:

- produkcja i emisja spotów telewizyjnych
- organizacja konferencji i szkoleń

- przygotowanie strategii działań PR
- zakup kampanii w sieci reklamowej Google i mediach społecznościowych”.

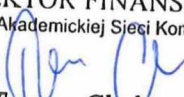
Po zmianie:

„6. Niniejsze zamówienie nie obejmuje następujących działań:

- produkcja i emisja spotów telewizyjnych
- organizacja konferencji i szkoleń
- przygotowanie strategii działań PR
- zakup kampanii w mediach społecznościowych”.

Powyższe informacje należy traktować jako integralną część Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia zgodnie z art. 38 ustawy Pzp.

DYREKTOR FINANSOWY
Naukowej i Akademickiej Sieci Komputerowej



Tomasz Chabior

podpis Zamawiającego