

Warszawa dn 20-08-2018r.

ZAMAWIAJĄCY:

Polska Agencja Inwestycji i Handlu Spółka Akcyjna
Warszawa, 00-585, ul. Bagatela 12

Dotyczy: postępowania o zamówienie publiczne pn:

„Zaplanowanie i wykup czasu antenowego w stacjach telewizyjnych i w stacjach radiowych kampanii promującej działania Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A., w kontekście rozwoju sieci Zagranicznych Biur Handlowych” BOK/AC-25-60/2018

WYJAŚNIENIE TREŚCI SPECYFIKACJI ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

Zamawiający – Polska Agencja Inwestycji i Handlu Spółka Akcyjna zawiadamia, że wpłynął wniosek o wyjaśnienie treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia.

Na podstawie przepisu art. 38 ust. 2 w związku z art. 38 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku - Prawo zamówień publicznych (Dz.U. z 2017 r. poz. 1579 z późn. zm.), Zamawiający przekazuje treść zapytania wraz z odpowiedzią:

Pytanie

Przesyłam pytanie dotyczące przetargu: „Zaplanowanie i wykup czasu antenowego w stacjach telewizyjnych i w stacjach radiowych kampanii promującej działania Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A., w kontekście rozwoju sieci Zagranicznych Biur Handlowych” BOK/AC-25-60/2018.

Z odpowiedzi, jakie Państwo zamieściliście odnośnie przesłanych pytań do przetargu wynika, że podane udziały dla poszczególnych mediów dotyczą udziału budżetu (np. 50% stacje radiowe ogólnopolskie i 50% stacje radiowe regionalne). Podane są też ilości spotów do wyemitowania (w przypadku radia – 320). Przygotowując plan widzimy, że nie uda się tak rozplanować budżetu, aby zaplanowana kampania miała sens. Okazuje się, że na stacje ogólnopolskie budżetu jest za mało, natomiast na stacje regionalne zdecydowanie za dużo. Czy w związku z tym można zmienić te udziały lub zaplanować kampanię która będzie miała więcej niż 320 emisji?

Odpowiedź:

Nie.

Prosimy o zaplanowanie kampanii zgodnie z podziałem budżetu w SIWZ.

Jednym z założeń kampanii było dotarcie do biznesu w całej Polsce, wyrównanie szans dla biznesu z mniejszych miejscowości versus biznes z największych miast w Polsce.

Stąd Zamawiający założył 50% budżetu na stacje radiowe ogólnopolskie i 50% budżetu na stacje radiowe regionalne.

Małgorzata Przymus

/- /

Prokurent

Krzysztof Senger

/- /

Prezes Zarządu