

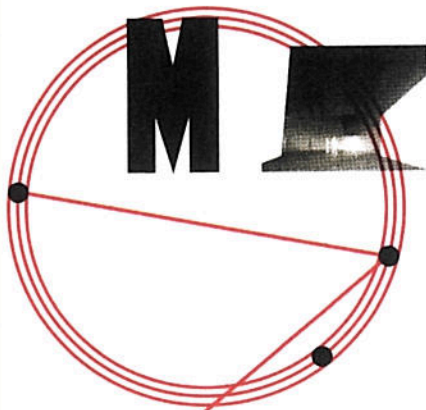
Warszawa, dnia 22 sierpnia 2012 r.

**Muzeum
sztuki
nowoczesnej
w Warszawie**

museum of modern art
in warsaw

pańska 3
00-124 warszawa
polska/poland

t +48 22 596 40 10
f +48 22 596 40 22
www.artmuseum.pl
info@artmuseum.pl



Do:

Uczestnicy postępowania

Dotyczy: postępowania prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego na *Przeprowadzenie kampanii reklamowej Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie*;

Znak postępowania: ZP/17/PN/15/Promocja/MSN/2012

Wyjaśnienia treści SIWZ

Zamawiający na podstawie art. 38 ust. 2 ustawy Prawo zamówień publicznych (Dz.U. 2010r. nr 113, poz. 759 ze zm., zwanej dalej: „ustawą Pzp.”) informuje, iż w toku postępowania wpłynęły następujące pytania do SIWZ, w związku z czym, na podstawie art. 38 ust. 1 udziela poniższych odpowiedzi:

Pytanie

Oferent [nazwa oferenta do wiadomości Zamawiającego] powołując się na podstawie prawną art. 32, art. 86 ust. 3 ustawy Prawo zamówień publicznych (Dz.U. z 2007 r. nr 223, poz. 1655 ze zm.) zwraca się z prośbą o ujawnienie szacunkowej wartości przedmiotu zamówienia polegającego na „Przeprowadzenie kampanii reklamowej Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie”, znak postępowania: ZP/17/PN/15/Promocja/MSN/2012.

Odpowiedź

Zamawiający oszacował wartość zamówienia na kwotę 192000,00 zł brutto.

Pytanie

W specyfikacji przetargu w par IX OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERT pkt 5 użyte jest sformułowanie: „Wszystkie oferty powinny być trwale spięte i ponumerowane”. Proszę o uszczegółowienie co Państwo rozumiecie pod sformulowaniem „trwale spięte”? Czy strony mogą być:

- zbindowane,

- zszyte?

Temat numeracji stron. Załączniki są w formie pdf, nie są edytowalne i każdy ma odrębny numer. Proszę o informację jak mają być ponumerowane strony – ręcznie?

Odpowiedź

Zamawiający nie precyzuje sposobu, w jaki oferta ma być trwale spięta. Dopuszcza się zarówno zszywanie oferty, jak i jej bindowanie. „Trwale spięcie” oznacza połączenie wszystkich stron oferty, w taki sposób, aby przeglądanie oferty nie pociągało za sobą zmiany kolejności stron.

Zamawiający dopuszcza ręczne ponumerowanie stron oferty.

Pytanie

Z uwagi na fakt, iż firma X [nazwa oferenta do wiadomości Zamawiającego] jest wyłącznym właścicielem monitorów zainstalowanych w ciągach komunikacyjnych oraz w strefie restauracyjnej Centrum Handlowego – Złote Tarasy i w każdym miesiącu realizuje od kilku do kilkunastu kampanii reklamowych na podstawie Umowy Zlecenia – stanowiącej zawsze tajemnicę przedsiębiorstwa pomiędzy Klientem a firmą X uprzejmie prosimy o informacje jakiego rodzaju dokumenty są potrzebne aby móc spełnić warunki udziału w postępowaniu przetargowym w odniesieniu do pkt V. 4. na przeprowadzenie kampanii reklamowej Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie zawarte w pkt III. 1.c.

Odpowiedź

Oferent przedstawia umowy na kwotę minimum 8000,00 zł brutto na usługi reklamowe dotyczące tej części postępowania i zgodnie z Rozdziałem IX pkt 4 zastrzega treść załączonych umów jako tajemnicę przedsiębiorstwa.

Pytanie

Zwracamy się z prośbą o doprecyzowanie i poprawienie specyfikacji istotnych warunków zamówienia. W punkcie III podpunkt 1.b. dotyczącym emisji spotów w przejściu podziemnym łączącym Złote Tarasy i Dworzec

Centralny mowa jest o 2-miesięcznej kampanii reklamowej. Natomiast w podpunkcie 3.b. tego samego punktu mowa jest o realizacji tego zamówienia w terminie od 1 do 30 listopada 2012r. Jak mamy to rozumieć?

Odpowiedź

Chodzi o okres dwumiesięczny, zgodnie z podpunktem 1.b., od 1 października do 30 listopada.

Pytanie

W punkcie III. podpunkt 1.a. dot. emisji spotów w autobusach i metrze warszawskim nie jest dokładnie określona ilość autobusów, która miałyby wziąć w kampanii a można zakupić różne ilości nośników w przeciwieństwie do metra. Jak będą Państwo porównywać oferty i jaka liczba autobusów (czy też monitorów w autobusach) jest dla Państwa optymalna?

Odpowiedź

W związku z informacją zawartą w pytaniu, dotyczącą możliwości zakupu emisji w określonej liczbie nośników w autobusach transportu miejskiego, której to informacji Zamawiający nie posiadał na etapie przygotowywania SIWZ, Zamawiający przyjmuje jako minimalną liczbę 50 monitorów. Oznacza to, że cena w ofercie Wykonawcy ma odpowiadać usłudze w postaci kampanii w całym systemie monitorów w wagonach metrach warszawskiego oraz minimum 50 monitorach w autobusach. Zamawiający dopuszcza przyjęcie oferty obejmującej więcej niż 50 monitorów w autobusach, o ile przeprowadzenie kampanii na każdym monitorze przekraczającym liczbę 50. będzie bezpłatne.

Marcel Ardino Velez
Zastępca Dyrektora
Muzeum Sztuki Nowoczesnej
w Warszawie

