

Żory, dnia 05.08.2010 r.

L.dz.DK/35/2010/3-2/P1

Wykonawcy biorący udział w postępowaniu

Dotyczy: przetargu nieograniczonego na przygotowanie i realizację kampanii billboardowej w ramach Projektu pod nazwą „Żyła złota w Żorach – promocja unikatowej oferty inwestycyjnej w regionalny produkt turystyczny” współfinansowanego przez Unię Europejską z Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego dla Województwa Śląskiego na lata 2007-2013

Zgodnie z art. 38 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 29. stycznia 2004 roku prawo zamówień publicznych (tekst jednolity Dz. U. z 2010 roku Nr 113, poz. 759) przesyłamy odpowiedzi na pytania Wykonawców.

Pytanie:

Zamawiający wymaga, aby Wykonawca w ramach realizacji kampanii billboardowej zobowiązany był do opracowania media-planu określającego m.in. uzasadnienia oferowanych lokalizacji nośników z określeniem potencjalnej liczby kontaktów generowanych przez billboard łącznie oraz dziennie.

Ponieważ nie ma ujednoliconego systemu badań obowiązującego jako standard na rynku reklamy zewnętrznej, dotychczasowe badania zostały przeprowadzone przez spółkę PBO i dotyczyły nośników billboard 12m² usytuowanych na terenie miast a nie na trasach.

W związku z powyższym czy Zamawiający dopuszcza podanie w media planie potencjalnej liczby kontaktów generowanych przez nośniki typu billboard 12m², ale w ujęciu średnia na miasto.

Odpowiedź:

Zamawiający dopuszcza, aby w media – planie została podana potencjalna liczba kontaktów generowanych przez nośniki typu billboard (bez rozróżnienia na billboard 12m² lub 18m²) w ujęciu średnia na miasto.

PREZES ZARZĄDU
NOWE MIASTO SP. Z O. O.

Bartłomiej Płonka

Otrzymują:

1. adresat,
2. strona internetowa Zamawiającego,
3. Zamawiający



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

