



WOR-Z.271.11.21.2017

WYJAŚNIENIE I ZMIANA TREŚCI SPECYFIKACJI ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

Na podstawie art. 38 ust. 2 ustawy Prawo zamówień publicznych (Dz.U. z 2015 r. poz. 2164 z późniejszymi zmianami) informuję, że wpłynęły od Wykonawców wnioski o wyjaśnienie treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia w prowadzonym postępowaniu przetargowym o udzielenie zamówienia publicznego pn. „Kampania promocyjna w ramach projektu pn. „Zagospodarowanie terenów turystyczno-rekreacyjnych nad rzeką Wartą w rejonie ulicy Portowej w Sieradzu”.

Pytanie 1

Dotyczy warunek udziału w postępowaniu - zamawiający napisał, że wymaga od wykonawcy aby wykazał, iż w ciągu ostatnich 3 lat przeprowadził przynajmniej jedną kampanię promocyjną dotyczącą promocji marki lub produktu turystycznego na kwotę 200 tys. zł. Zapis taki naszym zdaniem jest niegodny z PZP, gdyż jawnie ogranicza konkurencję. Do przedmiotowego przetargu nie mogą stanąć firmy, które realizowały kampanie promocyjne inne niż te związane z promocją marki produktu turystycznego. Co do zasady przedmiot kampanii w przypadku przeprowadzania kampanii jest bez znaczenia. Istotne jest doświadczenie w przeprowadzaniu takich kampanii a nie ich tematyka. Firmy przystępujące do tego przetargu nie muszą znać się na turystyce, medycynie czy budowie raket kosmicznych, lecz na prowadzeniu akcji promocyjnych. Wobec powyższego wnosimy o zmianę tego zapisu. Szczegóły podstaw prawnych naszego wniosku można znaleźć w dyrektywie 2004/18/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 31 marca 2004 roku (art 2 , 23) oraz w art. 22 ust. 4 PZP i art. 29 ust. 2 PZP.

Odpowiedź

Zamawiający pozostawia zapisy specyfikacji istotnych warunków bez zmian.

Zamawiający wyraźnie określił, że kampania promocyjna dotyczy produktu turystycznego. Biorąc pod uwagę specyfikę promowania ww. tj. sezonowość, zmieniające się motywacje turystów, określenie i kierowanie się emocjami grupy docelowej – produkty turystyczne wymagają specyficznego podejścia podczas promowania.

Zgodnie z zasadami promowania marek i produktów turystycznych, zdaniem Zamawiającego Wykonawca powinien posiadać doświadczenie w prowadzeniu kampanii promocyjnych związanych stricte z turystyką.

Zamawiający ma prawo kształtować warunki udziału w postępowaniu w taki sposób, by w efekcie otrzymać produkt zgodny ze swoim założeniem. Zdaniem Zamawiającego wymagania zawarte w specyfikacji istotnych warunków zamówienia nie ograniczają w żaden sposób konkurencji wśród Wykonawców, tylko uszczegóławiają zakres ich działalności.

Pytanie 2

Dotyczy opis osób wskazanych do realizacji zamówienia- również tutaj Zamawiający zapisał warunki które naszym zdaniem naruszają PZP. Np. w punkcie dotyczącym dysponowania grafiką, zapisał iż osoba ta winna mieć wykształcenie wyższe oraz minimum trzy lata doświadczenia zawodowego. Wykształcenie wyższe nie jest miarą umiejętności graficznych grafika. Osoba posiadająca np. wykształcenie średnie a wieloletnie doświadczenie w pracy grafika posiadają zdecydowanie większe umiejętności. Zapis ten jest naszym zdaniem dyskryminujący osoby z dużym doświadczeniem w pracy grafika, ale nie spełniającym tego warunku tylko z uwagi na fakt braku wyższego wykształcenia. Wnioskujemy o możliwość rozszerzenia dostępu osób do tego zlecenia, które posiadają np. ponad 10 letnie doświadczenie w pracy jako grafik.

Odpowiedź

Zamawiający pozostawia zapisy specyfikacji istotnych warunków bez zmian.

Z uwagi na oczekiwania wysokiej jakości prac graficznych Zamawiający wyraźnie określił wytyczne dotyczące umiejętności i wykształcenia grafika. Już na etapie studiów z projektowania studenci mają możliwość wzięcia udziału w licznych konkursach z designu, projektowania, grafiki. Podobna aktywność świadczy o doskonaleniu swoich umiejętności, kreatywności i zaangażowaniu w swoją pracę. Nagrody z kolei są dowodem na posiadane wysokie umiejętności i traktowanie projektowania w kategoriach zdobywania sztuki, a nie kolejnych zamówień. Nie jest miarą jakości ilość wykonanych zleceń, które w większości mogą być ulotkami i prostymi plakatami informacyjnymi. Zamawiającemu zależy na kreatywnym podejściu do kampanii promocyjnej, która powinna być interesująca dla grupy docelowej.

Pytanie 3

Dotyczy dodatkowe kryteria - Zamawiający napisał iż oczekuje dodatkowych kryteriów w postaci :

- doświadczenia kierownika zespołu w ilości przeprowadzonych kampanii
- doświadczenie grafika polegające na udziale w konkursach graficznych /plastycznych /designerskich
- doświadczenie grafika polegające na ilości zdobytych nagród w konkursach plastycznych / designerskich.

I o ile zrozumiały jest zapis dotyczący doświadczenia kierownika zespołu to zupełnie niezrozumiały jest zapis dotyczący doświadczenia grafika. Miarą umiejętności grafiką jest również ilość wykonanych kreacji na poszczególne kampanie. Graficy pracujący przy komercyjnych zleceniach nie mają czasu na startowanie w konkursach, w których udział nie jest żadnym wyznacznikiem ich umiejętności. Można brać udział w wielu konkursach plastycznych nie mając jednocześnie doświadczenia przy produkcji kampanii promocyjnych. Jedynym miarodajnym wskaźnikiem umiejętności grafika jest ilość przygotowanych projektów kampanii i zadowolenie klientów. Przedmiotem tego przetargu nie jest udział w konkursie plastycznym ale przygotowanie profesjonalnej kampanii promocyjnej Naszym zdaniem zapisy powyższe również ograniczają konkurencję i są niezgodne z PZP i dyrektywami unijnymi. Uniemożliwiają wzięcie udziału w tym postępowaniu wielu zdolnym ludziom, którzy pracując na rzecz komercyjnych kampanii są w ten sposób dyskryminowani. Wnioskujemy o zawężenie tego kryterium podobnie jak w przypadku kierownika zespołu do kwestii doświadczenia grafika.

Odpowiedź

Zamawiający pozostawia zapisy specyfikacji istotnych warunków bez zmian.

Z uwagi na oczekiwania wysokiej jakości prac graficznych Zamawiający wyraźnie określił wytyczne dotyczące umiejętności i wykształcenia grafika. Już na etapie studiów z projektowania studenci mają możliwość wzięcia udziału w licznych konkursach z designu, projektowania, grafiki. Podobna aktywność świadczy o doskonaleniu swoich umiejętności,

kreatywności i zaangażowaniu w swoją pracę. Nagrody z kolei są dowodem na posiadane wysokie umiejętności i traktowanie projektowania w kategoriach zdobywania sztuki, a nie kolejnych zamówień. Nie jest miarą jakości ilość wykonanych zleceń, które w większości mogą być ulotkami i prostymi plakatami informacyjnymi. Zamawiającemu zależy na kreatywnym podejściu do kampanii promocyjnej, która powinna być interesująca dla grupy docelowej.

Pytanie 4

W jaki sposób Wykonawca ma wykazać spełnienie dodatkowych kryteriów - czy wystarczy oświadczenie czy wymagane są inne dokumenty.

Odpowiedź

Na potwierdzenie spełniania warunków udziału w postępowaniu Wykonawca zobowiązany jest dołączyć do oferty wykaz osób, skierowanych do realizacji zamówienia publicznego, stanowiący załącznik nr 4a do specyfikacji istotnych warunków zamówienia.

Pytanie 5

Dotyczy OPZ - emisja pogody w telewizji śniadaniowej w ogólnopolskim kanale tv. Zamawiający zapisał iż przedmiotowe zadanie przewidziane jest na rok 2019. Tak duża odległość czasowa od momentu złożenia oferty stanowi dość dużą trudność wycenienia tego zadania. Telewizje ogólnopolskie swoje produkty reklamowe wyceniają i sprzedają na miesiąc góra dwa przed planowaną emisją. Wykonawcy nie będą w stanie podać racjonalnej ceny tej części zadania, gdyż nawet pracownicy telewizji nie wiedzą ile taka usługa będzie kosztowała za dwa lata. W jaki więc sposób Wykonawcy mają oszacować to zadanie?

Odpowiedź

Zadanie należy oszacować na podstawie obecnych wycen telewizyjnych.

W przypadku gdy ceny ulegną zmianie powyżej 10% od przyjętych do wyceny, zostanie zawarty aneks do umowy. Na potwierdzenie zaistniałej okoliczności Zamawiający będzie wymagał od Wykonawcy stosownych dokumentów.

Pytanie 6

Prosimy o przesłanie protokołu z tego postępowania.

Odpowiedź

Zamawiający przedstawia w załączeniu protokół ZP z obecnego etapu postępowania.

Pytanie 7

Prosimy o informację o tym, jaki budżet Państwo zakładacie (choćby widełki) i czy jest to kwota już z zakupem mediów.

Odpowiedź

Wartość szacunkowa zamówienia wynosi 405.000,00 złotych netto i obejmuje również zakup mediów.

Pytanie 8

Kiedy chcielibyście Państwo ruszyć z kampanią?

Odpowiedź

Zgodnie z zapisami specyfikacji istotnych warunków zamówienia rozpoczęcie kampanii promocyjnej planowany jest od dnia 01.07.2017 r. Daty wykonania poszczególnych elementów zamówienia zawiera opis przedmiotu zamówienia.

Pytanie 9

Na podstawie art. 96 ust 1 Ustawy Pzp w związku z §5 ust 1 Rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 26.10.2012r. w sprawie protokołu z postępowania o udzielenie zamówienia publicznego, zwracamy się z wnioskiem o udostępnienie protokołu z w/w postępowania dla naszej wiadomości.

Odpowiedź

Zamawiający przedstawia w załączeniu protokół ZP z obecnego etapu postępowania.

Pytanie 10

Znaleźliśmy informację, że budżet reklamowy inwestycji to 400 tys. zł netto - prosimy o potwierdzenie tej kwoty oraz uściślenie czy w tej kwocie ma się zmieścić praca (przygotowanie strategii + obsługa 12 miesięcy) oraz zakup mediów, czy jest to tylko budżet na zakup mediów?

Odpowiedź

Wartość szacunkowa zamówienia wynosi 405.000,00 złotych netto i obejmuje również zakup mediów.

Pytanie 11

Emisja materiałów promujących gminę Miasto Sieradz na monitorach umieszczonych w pociągach i dworcach w rejonie łódzkim - bardzo prosimy o odpowiedź, ile wyświetleń spotów zakłada Zamawiający? Jedyną wytyczną jest 6 miesięcy emisji, nie wiemy natomiast w ilu pociągach oraz jaka ma być ilość minimalna jaką należy osiągnąć w tym czasie. Prosimy również o możliwość skrócenia filmu na monitory LCD do 15 sekund, takie bowiem wytyczne dają przewoźnicy - 15 sekundowe spoty.

Odpowiedź

Film ma być wyświetlany w całym składzie na podanych trasach. Długość spotu 15-30 sekund, nie mniej niż 15. Częstotliwość wyświetleń min. raz na 10 minut.

Pytanie 12

Realizacja kampanii outdoorowej w 4 województwach najlepiej skomunikowanych z Sieradzem tj. wielkopolskie, mazowieckie, łódzkie i dolnośląskie: opracowanie projektów graficznych, wydruk i rezerwacja miejsc - bardzo prosimy o odpowiedź, przez jaki okres czasu mają zostać emitowane billboardy oraz Citylighty?

Odpowiedź

Kampania outdoorowa powinna trwać przez miesiąc.

Pytanie 13

Prosimy o informacje, jaką ilość znaków będą miały felietony dostarczone przez Zamawiającego oraz doprecyzowanie, czy każdy z sześciu felietonów będzie miał się ukazać dwa tygodnie na każdym z dwóch portali? łącznie 12 emisji.

Odpowiedź

Ilość znaków w felietonach min. 2 tysiące (bez spacji) plus min. 2 zdjęcia.

Każdy z felietonów musi pojawiać się w co najmniej 2 portalach (razem co najmniej 12 emisji).

Pytanie 14

Kampania internetowa - prosimy o informację dot. filmów oraz banerów - jakie ilości wyświetleń przewiduje Zamawiający, jest to liczba niezbędna do uzyskania wyceny.

Odpowiedź

Liczba wyświetleń filmów i banerów jest określona w opisie zamówienia. Musi zostać tak dostosowana, by zapewniało to spełnienie minimalnego czasu ich emisji tj. minimum 2 tygodni.

Pytanie 15

Informatory składane - prosimy o informacje czy jest to format 8,5 x 8,5 czy 8,5 x 5,5 i doprecyzować zapis. Rozumiemy również iż to nie one mają być wykonane z nieprzemakalnego materiału? jest to zapis do punktu b) płaszcz przeciwdeszczowy?

Odpowiedź

Prawidłowy format informatorów składanych to 8,5 x 5,5 cm.

Nieprzemakalny materiał dotyczy także mapy, która ma mieć także praktyczne zastosowanie, na przykład po rozwinięciu będzie torbą lub nieprzemakalnym etui na dokumenty.

Zamawiający załącza poprawiony opis przedmiotu zamówienia.

Pytanie 16

Poproszę o określenie szacunkowej wartości przedmiotu zamówienia.

Odpowiedź

Wartość szacunkowa zamówienia wynosi 405.000,00 złotych netto i obejmuje również zakup mediów.

Pytanie 17

Poproszę o określenie maksymalnego terminu na wykonanie zamówienia. We wzorze Formularza ofertowego jest mowa o realizacji do dnia 30.09.2018 zaś w SOPZ termin ten jest przekroczony (np. emisja na monitorach w II i III kwartale 2018 roku, czyli do końca września 2018, nie pozostawia czasu na przygotowanie raportu z realizacji czy Zadanie C i realizacji w okresie wakacji 2019 roku).

Odpowiedź

Termin wykonania zamówienia zgodnie z zapisami specyfikacji istotnych warunków zamówienia wynosi 15 miesięcy (od dnia 01.07.2017 r. do dnia 30.09.2018 r.).

Czas emisji prognozy pogody w telewizji śniadaniowej to okres wakacji 2018 r.

Zamawiający załącza poprawiony opis przedmiotu zamówienia.

Pytanie 18

Poproszę o udostępnienie załączników do SIWZ w wersji edytowalnej.

Odpowiedź

Zamawiający udostępnił w wersji edytowalnej załączniki nr 4 i 4a do specyfikacji istotnych warunków zamówienia. Pozostałe załączniki zdaniem Zamawiającego nie wymagają zamieszczenia w wersji edytowalnej.

Pytanie 19

Poproszę o informację czy Zamawiający dopuszcza modyfikację udostępnionego „formularza cenowego”? W obecnej wersji formularz zawiera tylko ceny np. samych kosztów druku w przypadku kampanii outdoor, nie zawiera zaś kosztów ekspozycji.

Odpowiedź

Koszty ekspozycji proszę doliczyć do pozycji „druk”.

Pytanie 20

Poproszę o informację czy w ramach spełniania warunku zdolności technicznej i zawodowej Zamawiający dopuszcza realizację, której celem była promocja w ramach cyklu „Szwajcarski Szlak Rozwoju” w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy?

Odpowiedź

Tak

Pytanie 21

SOPZ – A. Film reklamowy – czy Wykonawca ma obowiązek uczestniczenia w spotkaniu kołaudacyjnym?

Odpowiedź

Tak

Pytanie 22

SOPZ – B. Spot reklamowy – czy Wykonawca ma obowiązek uczestniczenia w spotkaniu kołaudacyjnym?

Odpowiedź

Tak

Pytanie 23

SOPZ – C. Zakup czasu antenowego (...) – w ilu minimum stacjach ogólnopolskich ma się odbyć emisja prognozy pogody?

Odpowiedź

Emisja prognozy pogody ma odbyć się na antenie jednej stacji ogólnopolskiej.

Pytanie 24

SOPZ – C. Zakup czasu antenowego (...) – czy Zamawiający na pewno miał na myśli weekend w okresie wakacji 2019r.? Czy Zamawiający dopuszcza wcześniejszy termin (np. w 2017 lub 2018r.) na emisję prognozy?

Odpowiedź

Czas emisji prognozy pogody w telewizji śniadaniowej to okres wakacji 2018 r.
Zamawiający załącza poprawiony opis przedmiotu zamówienia.

Pytanie 25

SOPZ – F. Emisja (...) w pociągach i dworcach – Czy w ramach emisji na ekranach emitowane będzie materiał powstały w ramach zadania B? Czy Wykonawca specjalnie dla tego zadania ma uwzględnić wycenę produkcji dodatkowego spotu wideo?

Odpowiedź

Na ekranach będzie emitowany materiał powstały w ramach zadania B.
Wykonawca ma nie uwzględniać wyceny produkcji dodatkowego spotu wideo.

Pytanie 26

SOPZ – F. Emisja (...) w pociągach i dworcach – Co Zamawiający rozumie pod stwierdzeniem „emisja plików graficznych”? Czy Wykonawca ma przygotować na etapie realizacji np. dedykowaną prezentację Powerpoint z grafikami?

Odpowiedź

Emisja plików graficznych to dostosowanie parametrów technicznych banerów stworzonych na potrzeby portali internetowych do wymogów technicznych na monitorach i dworcach.

Pytanie 27

SOPZ – F. Emisja (...) w pociągach i dworcach – Dlaczego Zamawiający wspomina o „przygotowaniu treści artykułu”? Czy Zamawiający chce aby na ekranach LCD były emitowanego artykułu sponsorowane?

Odpowiedź

Zamawiający ma na myśli plansze graficzne.

Zamawiający nie chce, by na ekranach były emitowane artykuły sponsorowane.

Pytanie 28

SOPZ – H. Publikacja przewodnika turystycznego – Czy Zamawiający jest odpowiedzialny za zakres merytoryczny wersji polskiej, a Wykonawca ma za zadanie tylko przetłumaczyć podesłany materiał na język angielski?

Odpowiedź

Tak

Pytanie 29

SOPZ – H. Publikacja przewodnika turystycznego – czy Wykonawca ma za zadanie dostarczenie łącznej ilości 1.500 sztuk do Centrum Informacji Kulturalnej w Sieradzu, które zajmie się dalszą dystrybucją?

Odpowiedź

Tak

Pytanie 30

SOPZ – J. Materiały – informatory składane: poproszę o informację w jakim formacie mają być informatory? W SOPZ wpisane są dwie różne wielkości.

Odpowiedź

Prawidłowy format informatorów składanych to 8,5 x 5,5 cm.

Zamawiający załącza poprawiony opis przedmiotu zamówienia.

Pytanie 31

W związku z licznymi pytaniami zwracam się z prośbą o przedłużenie terminu składania ofert do dnia 02.06.2017 do godziny 11.

Odpowiedź

Zamawiający przedłuża termin składania ofert do dnia 29.05.2017 r. do godziny 10.00.

Pytanie 32

SOPZ – zadanie E. Emisja w pociągach i dworcach – na tym terenie istnieją dwa podmioty zajmujące się transportem kolejowym osób na wymienionych trasach. Niestety żaden z podmiotów nie spełnia wymagania dotyczącego świadczenia przewozów każdego dnia na wszystkich wymienionych trasach. W związku z powyższym Wykonawca wnosi o zmianę SOPZ i wykreślenie zapisu „Przewoźnik kolejowy powinien świadczyć przewozy każdego dnia w roku na wszystkich ww. trasach”.

Odpowiedź

Zamawiający zmienia zapis na „Przewoźnik kolejowy powinien świadczyć przewozy na wszystkich ww. trasach”.

Pytanie 33

W związku z licznymi pytaniami i wątpliwościami zwracam się z prośbą o przedłużenie terminu składania ofert do dnia 02.06.2017 do godziny 11.00.

Odpowiedź

Zamawiający przedłuża termin składania ofert do dnia 29.05.2017 r. do godziny 10.00.

Pytanie 34

Poproszę o określenie grupy docelowej dla kampanii w Internecie (Zadanie I).

Odpowiedź

Grupa docelowe: osoby zainteresowane turystyką weekendową, wypoczynkową, aktywną, rekreacyjną.

Pytanie 35

W związku z licznymi pytaniami i wątpliwościami zwracam się z prośbą o przedłużenie terminu składania ofert do dnia 02.06.2017 do godziny 11.00.

Odpowiedź

Zamawiający przedłuża termin składania ofert do dnia 29.05.2017 r. do godziny 10.00.

Pytanie 36

Kampania internetowa – emisja filmu promocyjnego oraz spotu reklamowego przez okres minimum dwóch tygodni na co najmniej dwóch portalach tematycznych oraz w mediach społecznościowych – jaką liczbę wyświetleń/obejrzeń należy zapewnić?

Odpowiedź

Liczba wyświetleń filmów i banerów jest określona w opisie przedmiotu zamówienia. Musi zostać tak dostosowana, by zapewniało to spełnienie minimalnego czasu ich emisji tj. minimum 2 tygodni.

Pytanie 37

Emisja banerów przez okres minimum dwóch tygodni w co najmniej dwóch portalach tematycznych oraz w mediach społecznościowych – jaką liczbę wyświetleń/obejrzeń należy zapewnić?

Odpowiedź

Liczba wyświetleń filmów i banerów jest określona w opisie zamówienia. Musi zostać tak dostosowana, by zapewniało to spełnienie minimalnego czasu ich emisji tj. minimum 2 tygodni.

Pytanie 38

Kampania outdoorowa – w jakim okresie ma być realizowana i jaki ma być podział nośników na poszczególne województwa?

Odpowiedź

Kampania outdoorowa powinna trwać przez miesiąc. Podział nośników na województwa - w miarę możliwości porównywalny w każdym z województw.

Pytanie 39

Zwracam się również z prośbą o udzielenie informacji o szacunkowej wartości zamówienia.

Odpowiedź

Wartość szacunkowa zamówienia wynosi 405.000,00 złotych netto i obejmuje również zakup mediów.

Pytanie 40

Proszę jeszcze o wyjaśnienie jakie są wytyczne dot. informatorów składanych. Punkt J.1 – opis wykonania nie dotyczy tego punktu.

Odpowiedź

Prawidłowy format informatorów składanych to 8,5 x 5,5 cm.

Nieprzemakalny materiał dotyczy także mapy, która ma mieć także praktyczne zastosowanie, na przykład po rozwinięciu będzie torbą lub nieprzemakalnym etui na dokumenty.

Zamawiający załącza poprawiony opis przedmiotu zamówienia.

Jednocześnie na podstawie art. 38 ust. 4 ustawy Prawo zamówień publicznych (Dz.U. z 2015 r. poz. 2164 z późniejszymi zmianami) dokonuję zmiany treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia w prowadzonym postępowaniu przetargowym w sposób następujący: W Rozdziale XXIX. Umowa w ust. 6 dodaje się punkt 5) w brzmieniu:

„w przypadku zwiększenia przez ogólnopolską stację telewizyjną ceny za zakup czasu antenowego prognozy pogody w telewizji śniadaniowej o ponad 10% w stosunku do ceny przyjętej przez Wykonawcę przy składaniu oferty”.

Tym samym ulega zmianie § 9 ust. 5 umowy poprzez dodanie punktu 5) w brzmieniu:

„w przypadku zwiększenia przez ogólnopolską stację telewizyjną ceny za zakup czasu antenowego prognozy pogody w telewizji śniadaniowej o ponad 10% w stosunku do ceny przyjętej przez Wykonawcę przy składaniu oferty”.

W związku z udzielonymi odpowiedziami dokonuję zmiany treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia polegającej na zmianie terminu składania i otwarcia ofert w sposób następujący:

Rozdział XXIII Miejsce oraz termin składania i otwarcia ofert

Punkt 1 otrzymuje brzmienie: „Oferty należy składać w siedzibie Zamawiającego nie później niż do dnia 29.05.2017 r. do godz. 10.00 w sali obsługi klienta Urzędu Miasta Sieradza”.

Punkt 3 otrzymuje brzmienie: „Zamawiający otworzy koperty z ofertami w dniu 29.05.2017 r. o godz. 10.30 w siedzibie Urzędu Miasta Sieradza plac Wojewódzki 1, sala A”.

Powyższe wyjaśnienie udzielone na podstawie art. 38 ust. 1 ustawy Prawo zamówień publicznych oraz wynikająca z niego zmiana treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia dokonana na podstawie art. 38 ust. 4 ustawy Prawo zamówień publicznych są wiążące dla wszystkich zainteresowanych wykonawców.

Jednocześnie przypominam, że zgodnie z art. 38 ust. 1b ustawy Prawo zamówień publicznych, przedłużenie terminu składania ofert nie wpływa na bieg terminu składania wniosków o wyjaśnienie treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia, który upłynął w dniu 22.05.2017 r.

z up. PREZYDENTA MIASTA
Jarosław Trojanowski
SEKRETARZ MIASTA

Sieradz, dnia 24.05.2017 r.

