

Ο.Α.Σ.Α. Α.Ε.

ΓΕΝΙΚΗ Δ/ΝΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ & ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Τμήμα Προμηθειών

ΑΡ. ΠΡΩΤ. : 12036/ΓΕΔΧΕ/Δ.Ο.Υ.

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ : 1.8.2019

ΘΕΜΑ: «ΔΙΕΥΚΡΙΝΙΣΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ 6 ΔΙΑΚΗΡΥΞΗ με αντικείμενο
« Καμπάνια για την ενίσχυση της χρήσης της ΑΤΗ.ΕΝΑ CARD» Διακ/ξη 6/2019

Σε απάντηση των παρακάτω διευκρινιστικών ερωτημάτων που έχουν υποβληθεί και αφορούν τον συνοπτικό διαγωνισμό για την ανάθεση υπηρεσιών με αντικείμενο « Καμπάνια για την ενίσχυση της χρήσης της ΑΤΗ.ΕΝΑ CARD, σας γνωρίζουμε ότι:

ΕΡΩΤΗΜΑ 1^ο

Σχετικά με τον πίνακα «Αναλυτικό Προτεινόμενο Πλάνο Μέσων», υπάρχει στήλη «Κόστος Προβολής», θα συμπεριλάβουμε κόστη στην τεχνική προσφορά; Μόνο τα κόστη για την προβολή σε ιστοσελίδες και ραδιοφωνικούς σταθμούς;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ 1^η

Η συμπλήρωση του πίνακα 4 της παρ. 4.3.Β ακολουθεί τη μορφή που αποτυπώνεται στο παρόν παράρτημα της προκήρυξης με την αναγραφή κόστους προβολής για τις ιστοσελίδες και τους ραδιοφωνικούς σταθμούς, προκειμένου να εξασφαλιστεί η παράμετρος ii της ενότητας Β της παρ.4.3, όπως και του βαθμού συμμετοχής του μίγματος μέσων.

ΕΡΩΤΗΜΑ 2^ο

Σχετικά με το «Αναλυτικό Χρονοδιάγραμμα», δεν μας είναι κατανοητό το ζητούμενο της «τεκμηρίωσης αναφορικά με τη δυνατότητα μας να προσφέρουμε επιτυχώς το έργο στον προτεινόμενο χρόνο». Δεδομένου ότι η προκήρυξη έχει θέσει χρόνους π.χ. παράδοση δημιουργικών εντός 10 ημερών από την έγκριση των προτάσεων κ.λπ. τι τεκμηρίωση χρειάζεται; Αναφορά στο δυναμικό που διαθέτουμε, την εμπειρία μας; Θα μπορούσαμε να έχουμε κάποιες διευκρινίσεις ή και παράδειγμα;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ 2^η

Σύμφωνα με την παρ. 4.3, ενότητα Δ, το αναλυτικό χρονοδιάγραμμα βασίζεται τόσο στο χρονοπρογραμματισμό των προς ανάθεση υπηρεσιών μεταξύ Αναδόχου – ΟΑΣΑ, όσο και μεταξύ Αναδόχου – Εταιρειών υλοποίησης Πλάνου μέσων και χώρων.

Η τεκμηρίωση της δυνατότητας υλοποίησης του έργου στο προτεινόμενο χρονοδιάγραμμα έγκειται στην ικανότητα του προσφέροντος να την υποστηρίξει με στοιχεία επιλογής του ή/και σύμφωνα με την ενότητα Ε του παραρτήματος Ι της προκήρυξης.

ΕΡΩΤΗΜΑ 3^ο

Τα Native Ads τα οποία είναι ζητούμενα από την προκήρυξη, εξασφαλίζονται μέσω πλατφόρμας και από εκεί διοχετεύονται σε ιστοσελίδες. Η εν λόγω μορφή προβολής δεν «αγοράζεται» απευθείας από τους εκδότες. Αυτό συνεπώς δεν μπορεί να αποτυπωθεί στον πίνακα για το Πλάνο Μέσων με τη μορφή που έχει δοθεί καθώς δεν μπορεί να γίνει συγκεκριμένο σε ποιο μέσο θα τρέξει κ.λπ. Υπάρχει ελευθερία για τον τρόπο αποτύπωσης αυτής της πρότασης;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ 3^η

Στην περίπτωση των native ads, ο πίνακας 4 της παρ. 4.3.B συμπληρώνεται λαμβάνοντας υπόψη τις ισχύουσες πρακτικές της αγοράς.

ΕΡΩΤΗΜΑ 4^ο

Παράρτημα Ι – Τεχνικές απαιτήσεις κλπ,

- ο στο 2.6.i (σελ.42) αναφέρεται «Αναλυτική Περιγραφή των προς Ανάθεση Υπηρεσιών». Δεν υπάρχει τέτοιο άρθρο στο Παράρτημα, εκτός από το άρθρο 2 (σελ.38) που λέγεται «Αναλυτική Περιγραφή του Αντικειμένου της Σύμβασης». Αντίστοιχο υπάρχει και στο 4.3 Β.ι (σελ.46). Πως προχωράμε βάσει αυτών των σημείων;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ 4^η

Ο όρος «αναλυτική περιγραφή των προς ανάθεση υπηρεσιών» ταυτίζεται με τον όρο «Αναλυτική Περιγραφή του Αντικειμένου της Σύμβασης» στον τίτλο της ενότητας 2. Η όποια αναφορά του υποψηφίου μπορεί να βασίζεται στον όρο του τίτλου ως κυρίαρχο εισαγωγικό όρο.

ΕΡΩΤΗΜΑ 5^ο

- ο στον Πίνακα 3 (σελ. 45) στο 2 αναφέρει «Αναλυτικό Προτεινόμενο Πλάνο Μέσων» σύμφωνα με τον πίνακα 2 της παρούσης. Σε αυτό το σημείο εννοείται ο πίνακας 4, με τον οποίο και θα συντάξουμε το πλάνο;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ 5^η

Στον πίνακα 3 της παρ. 4.2, σημείο 2, το αναλυτικό προτεινόμενο πλάνο αντιστοιχεί στον πίνακα 4 του παραρτήματος Ι της προκήρυξης.

ΕΡΩΤΗΜΑ 6^ο

Η πρόταση ζητάει GRPs και Εμφανίσεις στο Ραδιόφωνο, τα οποία θα πιστοποιεί η ΑΕΜΑΡ. Αυτό δεν είναι εφικτό καθώς η ΑΕΜΑΡ δε διαθέτει τέτοια εργαλεία.

ΑΠΑΝΤΗΣΗ 6^η

Η επιλογή και αναφορά της ΑΕΜΑΡ στην παρ. 2.6 της προκήρυξη σηματοδοτεί την αναγνώρισή της ως επίσημη αρχή καθορισμού/προσδιορισμού των ακροαματικότητων ως βασικό εργαλείο αξιολόγησης της αποτελεσματικότητας της προβολής, ενώ για την πιστοποίηση της διεύθυνσης του μηνύματος μέσω ακροαματικότητων, σύμφωνα με τα τρέχοντα δεδομένα, η ΑΕΜΑΡ έχει αναθέσει τη μέτρηση της ακροαματικότητας στις εταιρείες MRB και GLOBAL LINK, οι οποίες και πιστοποιούν σχετικά.