

INFORMACJA
na podstawie art. 92 ust. 2 ustawy Prawo Zamówień Publicznych

Dotyczy : postępowania o udzielenie zamówienia publicznego, prowadzonego w trybie zamówienia z wolnej ręki na barterową wymianę usług reklamowych w roku 2010 pomiędzy Polskim Radiem SA a Axel Springer Polska Sp. z o.o., wydawcą tygodnika „Newsweek” (znak sprawy: DK/WPzp - 53/10)

Informujemy, iż w przedmiotowym postępowaniu Zamawiający zamierza zawrzeć umowę z Wykonawcą **Axel Springer Polska Sp. z o.o.** z siedzibą przy ul. Domaniewskiej 52, 02-672 Warszawa.

Uzasadnienie wyboru:

Zgodnie z przepisem art. 67 ust. 1 pkt 1 lit a) i lit. b) ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r.- Prawo zamówień publicznych (tj. Dz. U. z 2007 r. Nr 223, poz. 1655 ze zm.) Zamawiający ma prawną możliwość udzielenia zamówienia publicznego w trybie zamówienia z wolnej ręki, między innymi w sytuacji, gdy dana usługa (lub dostawa albo robota budowlana) z przyczyn technicznych o obiektywnym charakterze może być świadczona (wykonana) tylko przez jednego wykonawcę, jak również w przypadku, gdy przedmiot zamówienia może być świadczony tylko przez jednego wykonawcę z przyczyn związanych z ochroną praw wyłącznych, wynikających z odrębnych przepisów.

Niniejsze postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego dotyczyło barterowej wymiany usług reklamowych w roku 2010 pomiędzy Polskim Radiem SA a Axel Springer Polska Sp. z o.o. właścicielem tygodnika „Newsweek”, któremu przysługuje prawo ochrony własności przemysłowej ex lege.

Wzajemna wymiana świadczeń reklamowych polega na tym, iż na łamach „Newsweeka” zamieszczane będą reklamy promujące przedsięwzięcia organizowane bądź współorganizowane przez Polskie Radio: 85-lecie Polskiego Radia, Rok Chopinowski, Festiwal „Dwa Teatry” oraz poszczególne Programy, zaś na antenach Polskiego Radia – spoty reklamujące „Newsweeka”.

Polski „Newsweek” jest jedną z ośmiu nieanglojęzycznych edycji amerykańskiego tygodnika. Tematyka którą podejmuje to wydarzenia z kraju i ze świata, analizy, komentarze, kulisy biznesu, nowości techniczne i odkrycia naukowe, obyczaje, społeczeństwo, doniesienia ze świata kultury. Tygodnik charakteryzuje się funkcjonalną grafiką, oraz posiada rozwiniętą grafikę użytkową. Jest tygodnikiem opinii, zaś treści w nim zawarte mają „lżejszy” charakter.

Typowymi czytelnikami „Newsweeka” są kobiety i mężczyźni od 20 do 49 roku życia, mieszkający w miastach, z wykształceniem średnim lub wyższym. Newsweek” ma ponad 1 600 000 czytelników, jest także w czołówce najczęściej cytowanych mediów w Polsce.

Decyzja Zamawiającego wynika z faktu, iż zakres zainteresowań czytelników „Newsweeka” i słuchaczy Polskiego Radia jest zbieżny, poprzez charakter poruszanej w nich tematyki.

Analiza dopasowania do grupy celowej poszczególnych projektów i Programów Polskiego Radia pokazała więc dużą zbieżność pomiędzy czytelnikami „Newsweeka” a słuchaczami Polskiego Radia.

Przytoczone wyżej argumenty wyczerpują dyspozycję zawartą w art. 67 ust. 1 pkt. 1 lit. a) i b) ustawy.

