

FORMULARZ WNIOSKU/ INTERPELACJI

W P Ł Y N Ę Ł O
URZĄD MARSZAŁKOWSKI
WOJEWÓDZTWA LUBUSKIEGO
Biuro Sejmiku

Zgłoszona na w dniu:

06-05-2020 r.

przez Radną : **Małgorzata Gośniowska-Kola**

06-05-2020
595
Nr rej. ilość zał.
Podpis *JKL*

w sprawie: **Interpelacji Nr rej. 582 z dnia 04-05-2020 i odpowiedzi GZ.II.0003.1.2020.**

W związku z niepełną odpowiedzią na interpelację w/w umieszczoną na BIP, stwierdzam, że nie zwiera ona istotnej informacji:

brak treści umowy zawartej z wykonawcą APLAN MEDIA Sp. z o.o. w dniu 30 marca 2020 r.

Ponadto proszę o wyjaśnienie kwestii dot. możliwości wstrzymania, weryfikacji zamówienia i unieważnienia postępowania.

Z powszechnie dostępnej informacji - wiadomo, że pacjent „0” został zarejestrowany w województwie lubuskim w dniu 4 marca, w dniu **13 marca zapadły decyzje o odwołaniu imprez masowych.** Informacje związane z rozprzestrzenianiem się koronawirusa były dostępne we wszystkich mediach, także na portalu województwa lubuskiego. Od dnia 27 marca 2020 r. został zamknięty dla interesantów Urząd Marszałkowski – do odwołania.

Przy założeniu, "że procedura wyłonienia wykonawcy zadania rozpoczęła się przed wybuchem pandemii COVID-10 – w czasie kiedy nie można było przewidzieć skutków ani skali rozprzestrzeniania się choroby" to z pewnością była znana informacja o odwołaniu imprez masowych na terenie województwa lubuskiego.

W przedmiocie zamówienia SEKCJA II wskazane jest:

II.3) Krótki opis przedmiotu zamówienia:

1. Przedmiotem zamówienia jest kampania pn. "Region – działania informacyjno promocyjne dotyczące najważniejszych wydarzeń Województwa Lubuskiego w mediach drukowanych".

W związku z powyższym, dlaczego nie podjęto działań w celu unieważnienia postępowania? Zgodnie z dostępną wówczas wiedzą, można było przewidzieć, że umowa w treści podpisanej - nie może zostać skutecznie wykonana.

Czy zasadnym jest wydatkowanie znaczącej kwoty, wartość umowy: **487 400.00 zł** , waluta: **110 236,57** euro, przewidzianej na działania promocyjne – promocja wydarzeń, które nie mają miejsca i umowa nie może zostać skutecznie zrealizowana?

Proszę o szczegółową informację dot. apeli lokalnych mediów krajowych, które w trakcie pandemii utraciły dużą część dochodów pochodzącą z reklam, podanie skali oraz wskazanie jakie redakcje z województwa lubuskiego prowadzące działalność informacyjną zwróciły się do urzędu Marszałkowskiego o pomoc, w jakim zakresie?
Proszę o rzetelne wsparcie lokalnych mediów, które odczuwają skutki kryzysu spowodowanego pandemią koronawirusa i przedstawienie działań podjętych w tym zakresie.

Małgorzata Gośniowska-Kola



Lubuskie

Urząd Marszałkowski
Województwa Lubuskiego

ul. Podgórna 7
65-057 Zielona Góra
tel +48/68/456 52 00 fax +48/68/456 52 96
www.lubuskie.pl



Zielona Góra, 18.05.2020 r.

GZ.II.0003.1.2020

W P Ł Y N Ę Ł O
URZĄD MARSZAŁKOWSKI
WOJEWÓDZTWA LUBUSKIEGO
Biuro Sejmiku

18-05-2020

Nr rej. 697 ilość zał.

Podpis JM

Pani
Małgorzata Barbara
Gośniowska-Kola
Radna Województwa Lubuskiego
w miejscu

Szanowna Pani Radna,

W nawiązaniu do prośby dotyczącej odpowiedzi nr GZ.II.0003.1.2020 na interpelację nr rej.582 w kwestii wyjaśnienia możliwości wstrzymania, weryfikacji zamówienia i unieważnienia postępowania, informuję, iż celem postępowania jest wybór wykonawcy, z którym umowa została już podpisana i jest realizowana.

Zawiadomienie o wyniku postępowania opublikowano w BIP 9 marca 2020 r., a decyzję o odwołaniu imprez masowych 13 marca br. W związku z zaistniałą sytuacją oraz rozwojem pandemii koronawirusa, przedmiot zamówienia został zweryfikowany i zmienił swoją funkcję. Kampania pn. „REGION, działania informacyjno-promocyjne dotyczące najważniejszych wydarzeń Województwa Lubuskiego w mediach drukowanych” obecnie funkcjonuje jako REGION - Lubuski Serwis Specjalny KORONAWIRUS informujący o sytuacji epidemiologicznej w regionie oraz działaniach podejmowanych przez samorząd województwa w walce z COVID-19, takich jak m.in. wsparcie dla przedsiębiorców, pomoc dla szpitali, itd.. Mamy świadomość, że imprezy masowe zostały odwołane. Jest jednak wiele decyzji i informacji ważnych dla mieszkańców regionu, o których samorząd winien jest informować.

Do Samorządu Województwa Lubuskiego z apelem o wsparcie mediów lokalnych zwróciło się Stowarzyszenie Prasy Lokalnej, Stowarzyszenie Gazet Lokalnych, Izba Wydawców Prasy oraz Fundacji Fundusz Telewizji Lokalnych. W jednym z apeli znajdują się propozycje rozwiązań mogących wspomóc lokalnych wydawców, w którym punkt 1 brzmi: „**wsparcie prasy lokalnej przez publikację płatnych rządowych i samorządowych ogłoszeń i komunikatów do ludności**”. Realizacja kampanii REGION, wraz ze zweryfikowanym przedmiotem zamówienia i zmianą charakteru publikacji z promocyjnych na

informacyjne, realizuje w sposób pośredni ten punkt apelu. Wykonawcą zamówienia jest firma APLAN Media z Łodzi, ale publikacje odbywają się w gazetach regionalnych, które w ten sposób wspieramy w tym trudnym czasie. Samorząd Województwa Lubuskiego nie posiada informacji na temat skali strat dochodów pochodzących z reklam w ww. mediach krajowych, ponieważ jest to informacja handlowa. Natomiast na łamach prasy ogólnopolskiej pojawiło się dużo próśb oraz apeli w sprawie udzielenia wsparcia dla mediów.

Ponadto, z prośbą o wsparcie zwróciły się do Samorządu Województwa Lubuskiego m.in. radio RMF MAXXX, czy Gazeta Regionalna.

Załączamy umowę z wykonawcą firmą APLAN MEDIA oraz apele od mediów krajowych.

Z poważaniem

z up. MARSZAŁKA WOJEWÓDZTWA

Sieniawska Bogiel
Paulina Sieniawska-Bogiel
Dyrektor Gabinetu Zarządu

STWIERDZAM ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM

dnia 18-05-2020

podpis: 

UMOWA nr DA.III.273.2.8.2020

zawarta w dniu 30.03. 2020 roku w Zielonej Górze pomiędzy:

Województwem Lubuskim, Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego, ul. Podgórna 7,
65-057 Zielona Góra, NIP: 973-05-90-332, REGON: 970770089,
reprezentowanym przez:

.....
ELŻBIETĘ ANNYĘ POLAK - MARSZAŁKĄ WOJEWÓDZTWA LUBUSKIEGO

przy kontrasygnacie Skarbnika Województwa Lubuskiego - Józefy Chaleckiej,
zwanym dalej „Zamawiającym”

a

Aplan Media Sp. z o.o. spółką zarejestrowaną w Rejestrze Przedsiębiorców przez Sąd Rejonowy dla
Łodzi Śródmieścia w Łodzi, pod numerem 0000467623, NIP: 731 204 53 70, Regon 101629330,
ul. Wróblewskiego 18, 93-578 Łódź

zwanym dalej „Wykonawcą” reprezentowanym przez:

Michała Przybysza - Wiceprezesa Zarządu

zwanym dalej Wykonawcą

Na podstawie przeprowadzonego postępowania o udzielenie zamówienia publicznego, udzielonego
w trybie przetargu nieograniczonego, zgodnie z art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo
zamówień publicznych (tj. Dz. U. z 2019 roku, poz. 1843) została zawarta umowa o następującej treści:

§1

Przedmiot umowy

1. Zamawiający zleca, a Wykonawca zobowiązuje się do świadczenia usług polegających na realizacji kampanii pn. „Region - działania informacyjno-promocyjne dotyczące najważniejszych wydarzeń Województwa Lubuskiego w mediach drukowanych”.
2. Szczegółowy zakres przedmiotu umowy określa Załącznik nr 1 do umowy stanowiący jej integralną część.



dnia 18-05-2020

§2

Termin realizacji umowy

podpis: 

1. Wykonawca zobowiązuje się zrealizować przedmiot umowy, o którym mowa w §1, w terminie od dnia zawarcia do 27 grudnia 2020 r.
2. Potwierdzeniem prawidłowego wykonania przedmiotu umowy oraz podstawą wystawienia faktur będą protokoły, podpisane przez przedstawicieli stron. Wzór protokołu określony jest w **załączniku nr 2 do umowy**.
3. Zamawiający może odmówić odbioru przedmiotu umowy, jeżeli będzie on wykonany w sposób niezgodny z postanowieniami niniejszej umowy lub wskazaniem Zamawiającego.
4. Strony zobowiązują się do wzajemnego informowania o wszelkich czynnościach i przeszkodach mających wpływ na realizację niniejszej umowy.

§3

Obowiązki Wykonawcy

1. Wykonawca zapewnia, że wykona przedmiot umowy z odpowiednią jakością, przy zachowaniu należytej staranności.
2. Wykonawca ponosi wszelkie koszty realizacji umowy, w tym m.in. koszty przygotowania - kreacji graficznej, składu i publikacji artykułu w gazecie codziennej, tygodniku i dwutygodniku (1 strona) oraz w miesięczniku (2 strony).
3. W czasie trwania umowy od dnia jej zawarcia do 27 grudnia 2020 r. Wykonawca zrealizuje następujące publikacje:
Zakres A: dwie gazety codzienne – w każdej gazecie 34 publikacje (1 strona) – łącznie 68 publikacji,
Zakres B: dwie gazety tygodniowe – w każdej gazecie 34 publikacje (1 strona) – łącznie 68 publikacji,
Zakres C: trzy gazety (w przypadku tygodników) – w każdej 34 publikacje; (w przypadku dwutygodników) – w każdej 17 różnych publikacji. Łącznie od 51 do 102 publikacji (w zależności czy będą to tygodniki czy dwutygodniki – 1 strona),
Zakres D: jeden miesięcznik – 9 publikacji (2 strony).
Szczegółowy zakres kampanii określa **załącznik nr 1 do umowy**.
4. Zamawiający przekaże Wykonawcy materiały do wykorzystania w działaniach promocyjnych nie później niż 5 dni przed terminem publikacji, w tym pliki tekstów, zdjęć źródłowych.
5. Wykonawca prześle projekt graficzny Zamawiającemu 24 godz. po otrzymaniu przez Zamawiającego wszystkich materiałów (plików tekstowych, zdjęć źródłowych, grafik).





6. Zamawiający dopuszcza możliwość zmian do projektu strony/artykułu sponsorowanego przygotowanego przez Wykonawcę. Uwagi Zamawiającego do projektu strony - do 2 dni kalendarzowych przed terminem publikacji.
7. Wykonawca podczas prowadzenia kampanii ma obowiązek brać pod uwagę wszelkie zalecenia i sugestie Zamawiającego.
8. Zamawiający wymaga, aby stosownie do art. 29 ust. 3a ustawy – Prawo Zamówień Publicznych, minimum jedna osoba realizująca czynności związane z kampanią tzn. wykonującą czynności składu, obróbki zdjęć i materiałów graficznych była zatrudniona przez Wykonawcę na podstawie umowy o pracę, zgodnie z art. 22 § 1 ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. – Kodeks pracy (Dz.U. z 2019 r. poz.1040 późn. zm.).
9. Wykonawca z chwilą zawarcia umowy zobowiązany jest do złożenia oświadczenia potwierdzającego, że osoba(y) realizująca(e) zadania związane z kampanią tzn. wykonująca czynności składu, obróbki zdjęć i materiałów graficznych jest (są) zatrudniona(e) na podstawie umowy o pracę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. - Kodeks pracy (Dz.U. z 2019 r. poz.1040 późn. zm.), przy czym wymagane jest zatrudnienie ww. osoby w wymiarze pełnego etatu.


Wykonawca zobowiązuje się, iż w terminie realizacji niniejszego zamówienia osoba realizująca zadania wynikające z kampanii będzie zatrudniona na umowę o pracę. Wzór oświadczenia stanowi **załącznik nr 3 do umowy**.

10. Raz na kwartał na żądanie Zamawiającego, w terminie wskazanym przez Zamawiającego nie krótszym niż 10 dni roboczych, Wykonawca zobowiązuje się do złożenia oświadczenia, o którym mowa w §3 ust. 9. Nieprzedłożenie przez Wykonawcę ww. oświadczenia będzie traktowane jako niewypełnienie obowiązku zatrudnienia osoby świadczącej usługi na podstawie umowy o pracę.
11. W przypadku nie złożenia oświadczenia, o którym mowa w §3 ust. 9, Wykonawca zapłaci na rzecz Zamawiającego karę umowną w wysokości 500,00 zł brutto, za każdą osobę wobec której zobowiązany był oświadczenie przedstawić.
12. W ramach ceny ofertowej, Wykonawca zobowiązuje się do wykonania na rzecz Zamawiającego dodatkowych świadczeń/działań promocyjnych:
4 dodatkowe artykuły sponsorowane (jeden artykuł = 1 strona) w dwóch gazetach codziennych regionalnych o zasięgu obejmującym całe województwo lubuskie (Dzienniki regionalne obejmujące swym zasięgiem całe województwo lubuskie bądź dziennik ogólnopolski posiadający wydanie regionalne obejmujące województwo lubuskie).

STWIERDZAM ZŁODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM

dnia 18-05-2020

podpis: 



§4

Wynagrodzenie

1. Wynagrodzenie za wykonanie przedmiotu umowy strony ustalają na kwotę 396 260,16 zł netto (słownie: trzysta dziewięćdziesiąt sześć tysięcy dwieście sześćdziesiąt złotych 16/100) plus 23 % podatek VAT w kwocie 91 139,84 zł, co daje brutto kwotę 487 400,00 (słownie: czterysta osiemdziesiąt siedem tysięcy czterysta złotych 00/100).
2. Zapłata należności o której mowa w ust 1. nastąpi w 9 równych transzach na podstawie faktur VAT wystawionych w terminie do 7 dni od daty publikacji ostatniego materiału w danym miesiącu. Należność zostanie zapłacona w terminie 14 dni od daty otrzymania przez Zamawiającego prawidłowo wystawionych rachunków/faktur na rachunek bankowy Wykonawcy nr 86 1140 1108 0000 5667 4700 1001 mBank
3. Podstawę wystawienia rachunku/faktury, o którym mowa w ust. 2 stanowi protokół zdawczo-odbiorczy podpisany bez uwag i zastrzeżeń przez obie strony.
4. Za dzień zapłaty uważany będzie dzień obciążenia rachunku bankowego Zamawiającego.
5. Ostatni rachunek/fakturę należy dostarczyć najpóźniej do 27 grudnia 2020 r.
6. Rachunek/fakturę należy wystawić na:
Województwo Lubuskie – Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego
ul. Podgórna 7, 65-057 Zielona Góra, NIP: 973-05-90-332.

§5

Prawo odstąpienia

Zamawiający może odstąpić od umowy w przypadku:

- a) zaprzestania przez Wykonawcę realizacji umowy,
- b) wykonywania przez Wykonawcę umowy w sposób niezgodny z jej zapisami – po uprzednim pisemnym wezwaniu przez Zamawiającego do jej prawidłowego wykonania;
- c) w przypadku nienależytego wykonania umowy, w tym w szczególności usterek typu: przeprowadzenie kampanii w innym terminie niż wskazano.
- d) odstąpienie od umowy powinno nastąpić w formie pisemnej pod rygorem nieważności.

§6

Kary umowne

1. W przypadku nienależytego wykonania obowiązków umownych, o których mowa w §1 oraz Załączniku nr 1 i §3 umowy, Wykonawca zobowiązany będzie do zapłaty na rzecz Zamawiającego

STWIERDZAM ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM

dnia 18-05-2020

podpis:

kary umownej w wysokości 3% wynagrodzenia brutto określonego w §4 ust. 1 niniejszej umowy za każde naruszenie, m.in. błędy w publikacji ogłoszenia lub nieterminowej publikacji.

2. W przypadku niewykonania lub odstąpienia od umowy z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy, Zamawiający ma prawo naliczyć Wykonawcy karę umowną w wysokości 20% wynagrodzenia brutto określonego w §4 ust. 1 niniejszej umowy.
3. Zapłata kar umownych naliczonych w oparciu o ust. 1 powyżej, nie zwalnia Wykonawcy z obowiązku wykonania zobowiązań umownych.
4. Niezależnie od kar umownych, Zamawiający zastrzega sobie prawo dochodzenia odszkodowania na zasadach ogólnych do wysokości rzeczywiście poniesionej szkody.
5. W przypadku naliczenia kar umownych, o których mowa w ust. 1 Zamawiający zastrzega sobie prawo potrącenia naliczonej kary z wynagrodzenia Wykonawcy.

§7


Prawa Autorskie i Pokrewne

1. Wykonawca nabędzie i przeniesie na Zamawiającego, z chwilą otrzymania całości wynagrodzenia, o którym mowa w §4 ust. 1 majątkowe prawa autorskie i pokrewne do rozporządzania i korzystania z zaakceptowanych przez Zamawiającego i wyprodukowanych na jego zlecenie materiałów reklamowych (artykułów sponsorowanych), w zakresie i na polach eksploatacji wymienionych w art. 50 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, w szczególności:
 - 1) w zakresie utrwalania i zwielokrotniania utworu - wytwarzanie określoną techniką egzemplarzy utworu, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową;
 - 2) w zakresie obrotu oryginałem albo egzemplarzami, na których utwór utrwalono - wprowadzanie do obrotu, użyczenie lub najem oryginału albo egzemplarzy;
 - 3) w zakresie rozpowszechniania utworu w sposób inny niż określony w pkt. 2 - publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie, a także publiczne udostępnianie utworu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym.
2. W przypadku praw autorskich nabytych przez Wykonawcę na podstawie art. 12 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, Wykonawca udzieli Zamawiającemu licencji na korzystanie z majątkowych praw autorskich na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej na okres 6 miesięcy licząc od dnia otrzymania całości wynagrodzenia, o którym mowa w §4 ust. 1 związanych z produkcją materiałów reklamowych, których dotyczą te prawa, na polach eksploatacji wymienionych w art. 50 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych i o których mowa w ust. 1.

STWIERDZAM ZOBOWIĄZANIE
Z ORYGINAŁEM

dnia 18-05-2020

podpis: 



3. W przypadkach, gdy nabycie autorskich praw majątkowych bądź praw pokrewnych będzie niemożliwe lub nieuzasadnione ekonomicznie, Wykonawca zobowiązany jest nabyć stosowne licencje lub zezwolenia na korzystanie z określonych utworów lub artystycznych wykonań wchodzących w skład zaakceptowanego przez Zamawiającego i wyprodukowanego materiału reklamowego od osób trzecich, a następnie, z chwilą terminowego otrzymania wynagrodzenia, udzielić dalszych stosownych licencji i zezwoleń Zamawiającemu. Licencje lub zgody udzielane będą wraz z ustaleniem ich kosztów w zakresie ustalonym przez Strony.
4. Postanowienia ust. 1 i 2 nie dotyczą tych elementów materiałów reklamowych, które Zamawiający przekazał Wykonawcy lub do których prawa nabył we własnym zakresie, informując o tym Wykonawcę.
5. Wykonawca oświadcza, że realizując przedmiot umowy nie naruszy cudzych praw oraz w przypadku stwierdzenia ich naruszenia poniesie z tego tytułu wszystkie konsekwencje prawne i finansowe.

§8

Zmiana treści umowy wymaga zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności i musi być zgodna z art. 144 Pzp. Dopuszcza się możliwość wprowadzenia istotnych zmian do umowy w następujących przypadkach:

- a) zmiany wysokości wynagrodzenia w przypadku zmiany ustawowej stawki podatku VAT,
- b) zmiany terminu realizacji przedmiotu umowy w przypadku wystąpienia siły wyższej, tj. w przypadku powstania po zawarciu umowy okoliczności niezależnych od Wykonawcy i Zamawiającego, których nie byli w stanie przewidzieć przy zachowaniu należytej staranności.

§9

Oświadczenie stron

Osobą upoważnioną oraz odpowiedzialną za prawidłową realizację przedmiotu umowy po stronie Zamawiającego, do współdziałania z Wykonawcą i odbioru wykonania przedmiotu umowy jest Zastępca Dyrektora Gabinetu Zarządu Iwona Kusiak – i.kusiak@lubuskie.pl, ze strony Wykonawcy Account Executive Izabela Wilczek - izabelawilczek@aplanmedia.pl.

§10

Spory mogące wyniknąć na tle wykonywania umowy będą rozpatrywane przez sąd właściwy dla siedziby Zamawiającego.

§11

W sprawach nieuregulowanych w niniejszej umowie, zastosowanie mają przepisy kodeksu cywilnego i inne obowiązujące przepisy prawa.

STWIERDZAM ZŁOŻONOŚĆ
Z ORYGINAŁEM

dnia 18-05-2020

podpis:

§12

Umowę spisano w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.

§13

Załącznikami stanowiącymi integralną część niniejszej umowy są:

- 1) Szczegółowy zakres przedmiotu umowy – załącznik nr 1,
- 2) Protokół z wykonania kampanii – załącznik nr 2,
- 3) Oświadczenie Wykonawcy – załącznik nr 3.

Zamawiający

WARSZĄTEK WOJEWÓDZTWA

[Signature]
.....

Wykonawca

[Signature]
VICE PRESIDENT ZARZĄDU
.....



APLAN MEDIA Sp. z o.o.
ul. Wróblewskiego 18
93-578 Łódź
KRS: 0000467623
NIP: 7312045370
REGON: 101629330
kontakt@aplanmedia.pl
aplanmedia.pl

SKARBNIK WOJEWÓDZTWA LUBUSKIEGO

[Signature]
Józefa Chalecka

STWIERDZAM ZOBOWIĄZANIE
Z ORYGINAŁEM

dnia 18-05-2020

podpis: *[Signature]*
.....

[Signature]
.....

[Signature]
.....

ZASTĘPCA DYREKTORA
GABINETU ZARZĄDU
[Signature]
Iwona Kuska

p.o. KIEROWNIKA BIURA PRASOWEGO
[Signature]
Marzena Toczek

18.05.2020
DYREKTOR GABINETU ZARZĄDU
[Signature]
Paulina Sierawska-Bogiel

K. Toczek - Zastępca
11.03.2020 r.

SPRAWDZONO POD WZGLĘDEM MERYTORYCZNYM
 Operacja spełnia kryteria najkorzystniejszej oferty
 (zgodna z dyspozycją z dnia

Dz. Ust. ... Rozdział ... Paragraf ...

Wydatki szacowane: 120 000,00

11.03.2020 (data)

Paulina Sieniawska-Bogiel (podpis)

* niepotrzebno skreślać

11.03.2020
 DYREKTOR GABINETU ZARZĄDU
 Paulina Sieniawska-Bogiel

Przedmiot zamówienia realizowany jest w trybie
 art. 39 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 29.01.2004 r. Prawo zamówień publicznych
 Dz. U. 2019, Nr ... poz. 1843

13 MAR. 2020

INSPEKTOR (data i podpis)

Grażyna Marcin...

16.03.2020

120 000,00 4200,00 487.400 487.400,00

Wofside

500000,-

Wykonano: 487.000,00 487.400,-

Przeznaczono: 13.000,00 12.600,-

12.03.2020

WPLYNEŁO
 URZĄD MARSZAŁKOWSKI
 WOJEWÓDZTWA LUBUSKIEGO
 Departament Finansów

13-03-2020

Nr rej. ilość zał.

Podpis

**STWIĘDZAM ZGODNOŚĆ
 Z ORYGINAŁEM**

dnia 18-05-2020

podpis: [podpis]

Protokół
z wykonania kampanii pn. „Region - działania informacyjno-promocyjne dotyczące najważniejszych wydarzeń Województwa Lubuskiego w mediach drukowanych”.

Zamawiający:
Województwo Lubuskie -
Urząd Marszałkowski Województwa
Lubuskiego
ul. Podgórna 7
65-057 Zielona Góra

Wykonawca:
.....
.....
.....

Osoba uprawniona ze strony Zamawiającego do podpisania protokołu:
Zastępca Dyrektora Gabinetu Zarządu –

**STWIĘDZAM ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM**

dnia 18-05-2020

Osoba uprawniona ze strony Wykonawcy do podpisania protokołu:
.....

podpis: *[Podpis]*

Lp.	Przedmiot umowy	Realizacja
1	Kampania pn. „Region - działania informacyjno-promocyjne dotyczące najważniejszych wydarzeń Województwa Lubuskiego w mediach drukowanych” Zakres A: prasa regionalna codzienna obejmująca całe województwo lubuskie - dwie gazety codzienne (w każdej 1 strona)	
2	Zakres B: Prasa regionalna obejmująca 2 powiaty województwa lubuskiego - dwie gazety tygodniowe (w każdej 1 strona)	
3	Zakres C: Prasa regionalna obejmująca 1 powiat województwa lubuskiego - trzy gazety (w każdej 1 strona)	
4	Zakres D: jeden miesięcznik (2 strony)	

Do protokołu załączone są następujące załączniki, stanowiące jego integralną część:

1.;
2.;

Zamawiający postanawia:

- a) przyjąć przedmiot umowy bez zastrzeżeń, *)
- b) wypłacić % wynagrodzenia przewidzianego w umowie,
- c) nie przyjąć przedmiotu umowy ze względu na: *)

*) niepotrzebne skreślić

Zamawiający

Wykonawca

[Podpis]
.....
ZASTĘPCA DYREKTORA
GABINETU ZARZĄDU
[Podpis]

[Podpis]
APLAN MEDIA Sp
ul. Wróblewskiego 16
93-578 Łódź
KRS 0000437625
NIP 525-200-1000
MICHAL DAWID
p.o. KIEROWNIKA BIURA PRASOWEGO / DYREKTOR GABINETU ZARZĄDU
[Podpis]
Paulina Sienkiewicz-Bogiel

[Podpis]

.....
pieczęć Wykonawcy

OŚWIADCZENIE

Oświadczam, że osoba(y) realizująca(e) zadania związane z kampanią tzn. wykonująca(e) czynności składu, obróbki zdjęć i materiałów graficznych jest (są) zatrudniona(e) na podstawie umowy o pracę w porozumieniu przepisów ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. - Kodeks pracy (Dz. U. z 2019 r. poz.1040, z późn. zm.)

Lp.	Imię i nazwisko pracownika	Data zawarcia umowy o pracę, rodzaj umowy o pracę i wymiar etatu	Data i podpis pracownika
1.			
2.			
3.			

.....
(miejscowość i data)

.....
(podpis osoby upoważnionej)

**STWIERDZAM ZGODNOŚĆ
Z ORYGINAŁEM**

dnia **18-05-2020**

podpis: *[Podpis]*


APLAN MEDIA Sp. z o.o.
ul. Wróblewskiego 18
93-578 Łódź
KRS: 0000457625
NIP: 7312045370
REGON: 141429330
[Podpis]
MICHAŁ PRZYBYŁ

p.o. KIEROWNIKA BIURA PRASOWEGO

[Podpis]
Marzena Toczek

.....
p.o. STANOWISKA BAGIEŁ

[Podpis]
Suzanna Bagieł

[Podpis]
11.05.2020r.

[Podpis]
Tomasz Kurca

**STWIĘDZAM ZŁOŻONOŚĆ
Z ORYGINAŁEM**

dnia 18-05-2020

podpis: 

Załącznik nr 1
do umowy nr DA.III.273.2.8.2020

Szczegółowy zakres przedmiotu umowy

I. UZASADNIENIE REALIZACJI PRZEDMIOTU UMOWY

Przedmiotem umowy jest przeprowadzenie kampanii pn. „**Region - działania informacyjno-promocyjne dotyczące najważniejszych wydarzeń Województwa Lubuskiego w mediach drukowanych**”.

Celem kampanii jest przedstawienie najważniejszych wydarzeń bieżącego roku, priorytetów zarządu województwa na 2020 r. , pracy zarządu na rzecz rozwoju regionu oraz promocja działań m.in. z zakresu infrastruktury i komunikacji, ochrony zdrowia, kultury, polityki społecznej, inteligentnych specjalizacji, ochrony środowiska.

Czas trwania kampanii: od dnia podpisania umowy do 27 grudnia 2020 r.

Termin wykonania zadania: od dnia podpisania umowy do 27 grudnia 2020 r.

II. Zakres kampanii

1. Kampania prasowa

A. Prasa regionalna codzienna obejmująca całe województwo lubuskie

Dzienniki regionalne obejmujące swym zasięgiem całe województwo lubuskie, dziennik ogólnopolski posiadający wydanie regionalne obejmujące województwo lubuskie w formie stron dedykowanych lub w formie odrębnego dodatku regionalnego charakteryzujący się najważniejszymi informacjami z regionu, podejmujący tematy, zagadnienia i akcje społeczne na gruncie lokalnym, nie będący tabloidem.

Przeprowadzenie kampanii w postaci artykułu sponsorowanego (1 strona) **w dwóch gazetach** codziennych regionalnych o zasięgu obejmującym całe województwo lubuskie w wydaniu piątkowym w czasie od kwietnia 2020 r. do 27 grudnia 2020 r. (34 różne publikacje w dwóch gazetach).

Zakres A: dwie gazety codzienne – w każdej gazecie 34 publikacje (1 strona) – łącznie 68 publikacji

B. Prasa regionalna obejmująca 2 powiaty województwa lubuskiego

Przeprowadzenie kampanii w postaci artykułu sponsorowanego (1 strona) **w dwóch gazetach** tygodniowych regionalnych o zasięgu obejmującym 2 powiaty województwa lubuskiego ze średnim nakładem nie mniejszym niż 6 tys. egz. (każdy tytuł) w czasie od kwietnia 2020 r. do 27 grudnia 2020 r. (34 różne publikacje w dwóch gazetach).

Zakres B: dwie gazety tygodniowe – w każdej gazecie 34 publikacje (1 strona) – łącznie 68 publikacji

C. Prasa regionalna obejmująca 1 powiat województwa lubuskiego

Przeprowadzenie kampanii w postaci artykułu sponsorowanego w trzech gazetach płatnych bądź bezpłatnych (tygodnik, dwutygodnik) ze średnim nakładem nie mniejszym niż 3,5 tys. egz. (każdy tytuł) obejmujących swym zasięgiem przynajmniej jeden powiat województwa lubuskiego, charakteryzujące się najważniejszymi informacjami z regionu, podejmującymi tematy, zagadnienia i akcje społeczne na gruncie lokalnym.

W przypadku tygodników artykuł sponsorowany (1 strona) ukaże się w czasie od kwietnia 2020 r. do 27 grudnia 2020 r. (34 różnych publikacji).

W przypadku dwutygodników artykuł sponsorowany (1 strona) ukaże się w czasie od kwietnia 2020 r. do 27 grudnia 2020 r. (17 różnych publikacji).

Zakres C: trzy gazety (w przypadku tygodników) – w każdej 34 publikacje; (w przypadku dwutygodników) – w każdej 17 różnych publikacji. Łącznie od 51 do 102 publikacji w zależności czy będą to tygodniki czy dwutygodniki.

D. Prasa regionalna - miesięcznik wydawany na terenie woj. lubuskiego

Przeprowadzenie kampanii w postaci artykułu sponsorowanego (2 strony) w jednym miesięczniku ze średnim nakładem nie mniejszym niż 3 tys. egz., charakteryzującym się najważniejszymi informacjami z regionu, podejmującymi tematy, zagadnienia i akcje społeczne na gruncie lokalnym.

Artykuł sponsorowany ukaże się w czasie od kwietnia 2020 r. do 27 grudnia 2020 r. w każdym z wydań gazety.

Zakres D: jeden miesięcznik - 9 publikacji (2 strony)

III. Ogólne warunki dotyczące realizacji zamówienia, współpracy oraz komunikowania się Zamawiającego z Wykonawcą:

1. Wykonawca wyznaczy zespół realizujący oraz osobę odpowiedzialną za prowadzenie zamówienia i kontakty z Zamawiającym.
2. Komunikowanie się Zamawiającego z Wykonawcą będzie przebiegało w formie pisemnej za pośrednictwem poczty elektronicznej, przez kontakt telefoniczny lub osobiście.
3. Zamawiający będzie kontaktował się z Wykonawcą w godzinach i dniach pracy urzędu.
4. Wykonawca zobowiązany będzie do kompleksowej realizacji zamówienia. Po podpisaniu umowy Wykonawca przedłoży Zamawiającemu do akceptacji harmonogram realizacji przedmiotu zamówienia zawierający plan działań i określenie czasu działań. Ostatecznego wyboru tytułów prasowych dokona

STWIERDZAM ZŁOŻONOŚĆ
Z ORYGINAŁEM

dnia 18-05-2020

A. R. M.

Zamawiający (Zakres A – 2 tytuły, Zakres B – 2 tytuły, Zakres C – 3 tytuły, Zakres D – 1 tytuł). Będą to gazety charakteryzujące się najważniejszymi informacjami z regionu, podejmującymi tematy, zagadnienia i akcje społeczne na gruncie lokalnym.

6. Artykuły sponsorowane powinny ukazać się na stronach redakcyjnych (prawa strona redakcyjna, znajdująca się nie dalej niż w połowie gazety). Jeśli dany tytuł prasowy posiada kilka mutacji, artykuł sponsorowany powinien ukazać się w każdej z nich.

7. Zamawiający przekazuje Wykonawcy materiały do wykorzystania w działaniach promocyjnych nie później niż 5 dni przed terminem publikacji, w tym pliki tekstów, zdjęć źródłowych.

8. Wykonawca zobowiązany jest do wykonania następujących usług: składu, obróbki zdjęć i materiałów graficznych oraz korekty tekstu.

9. Wykonawca prześle projekt graficzny Zamawiającemu 24 godz. po otrzymaniu przez Zamawiającego wszystkich materiałów (plików tekstowych, zdjęć źródłowych, grafik).

10. Zamawiający dopuszcza możliwość zmian do projektu strony/artykułu sponsorowanego przygotowanego przez Wykonawcę. Uwagi Zamawiającego do projektu strony - do 2 dni kalendarzowych przed terminem publikacji.

11. Wykonawca pozyska i przekazuje prawa autorskie/i lub licencje do wszystkich utworów powstałych w wyniku realizacji zamówienia.

12. Zamawiający wymaga, aby stosownie do art. 29 ust. 3a ustawy – Prawo Zamówień Publicznych, minimum jedna osoba realizująca czynności związane z kampanią tzn. wykonującą czynności składu, obróbki zdjęć i materiałów graficznych była zatrudniona przez Wykonawcę na podstawie umowy o pracę, zgodnie z art. 22 § 1 ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. – Kodeks Pracy (Dz.U. z 2019 r. poz. 1040, z późn. zm.).

13. Wykonawca z chwilą zawarcia umowy zobowiązany jest do złożenia oświadczenia potwierdzającego, że osoba(y) realizująca(e) zadania związane z kampanią tzn. wykonująca(e) czynności składu, obróbki zdjęć i materiałów graficznych jest (są) zatrudniona(e) na podstawie umowy o pracę w porozumieniu przepisów ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. - Kodeks Pracy (Dz. U. z 2019 r. poz. 1040, z późn. zm.), przy czym wymagane jest zatrudnienie ww. osoby (osób) w wymiarze pełnego etatu. Wykonawca zobowiązuje się, iż w terminie realizacji niniejszego zamówienia osoba(y) realizująca(e) zadania wynikające z kampanii będzie (będą) zatrudniona(e) na umowę o pracę.

14. Raz na kwartał na żądanie Zamawiającego, w terminie wskazanym przez Zamawiającego nie krótszym niż 10 dni roboczych, Wykonawca zobowiązuje się do złożenia oświadczenia (załącznik nr 3 do umowy). Nieprzedłożenie przez Wykonawcę ww. oświadczenia będzie traktowane jako niewypełnienie obowiązku zatrudnienia osoby świadczącej usługi na podstawie umowy o pracę.

STWIĘDZAM ZŁOŻONOŚĆ
Z ORYGINAŁEM

dnia 18-05-2020

ZASTĘPCA DYREKTORA
Ciebie
podpis: *[Signature]*

DYREKTOR GABINETU ZARZĄDU
M. OS. 1000
Paulina Stępczewska-Bogiel

APLAN MEDIA Sp.
ul. Wróblewskiego 18
93-578 Łódź
KRS: 0000467623
NIP: 7312045370
REGON: 141629330
Kontakt: *[Signature]*
tel. 71 62 93 330
www.aplanmedia.pl
LICZBA PRZEJĘT 248
MIECIST DWA 134:2

[Signature]

K. 04. 2020
P. M. Israel

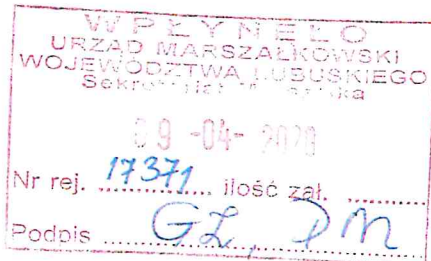
11 K 000 p. M. Ionek
Kwiat

 Stowarzyszenie
Gazet
Lokalnych



Stowarzyszenie
Prasy Lokalnej

URZĄD MARSZAŁKOWSKI
WOJEWÓDZTWA LUBUSKIEGO
Sekretariat Zarządu



15-07-2020

Nr rej. 17371 Ilość zał.

Podp.

Warszawa, 8 kwietnia 2020 r.

Pani
Elżbieta Anna Polak
Marszałek Województwa Lubuskiego

Szanowna Pani Marszałek!

W trudnej rzeczywistości wywołanej pandemią koronawirusa, niezwykle istotną rolę spełnia prasa, nie tylko przekazując informacje, ale przede wszystkim edukując czytelników oraz integrując ich wokół idei wspólnych działań zmierzających do ograniczenia wpływu epidemii na codzienne życie. Obok żywności i środków higienicznych, prasa staje się towarem pierwszej potrzeby i powinna być skutecznie dostarczana do każdego miejsca w Polsce. Dziennikarze wypełniają swoją misję niejednokrotnie z rzeczywistym narażeniem życia pokazując w sposób autentyczny, na czym polega misja środków przekazu i ich służba społeczeństwu.

Szczególnie ważną rolę odgrywa przy tym prasa lokalna, dostarczająca na bieżąco najważniejsze informacje dotyczące najbliższego otoczenia i sytuacji danego regionu. Rola ta jest tym większa, iż tytuły lokalne docierają często do osób, które nie potrafią korzystać z internetu, a nawet jeśli sobie radzą z obsługą komputerów czy telefonów – często nie potrafią krytycznie analizować i wyselekcjonować wartościowych informacji.

Obecnie prasa lokalna z dnia na dzień została postawiona w niezwykle trudnej sytuacji. Akcja „pozostań w domu” i systematycznie wprowadzane zakazy i ograniczenia przekładają się w sposób oczywisty na spadek sprzedaży czasopism i gwałtowną utratę zleceń reklamowych, a tym samym na przychody wydawców.

Jak wynika z zebranych przez nasze organizacje informacji, obroty wydawców lokalnych spadły w ostatnim czasie o kilkadziesiąt procent. Ze względu na ograniczenie funkcjonowania wielu przedsiębiorstw, z dnia na dzień odwołano także zlecenia ogłoszeń i reklam publikowanych przez lokalne firmy w prasie i na stronach internetowych tygodników lokalnych. Spadek przychodów reklamowych wynosi czasem do niemal 80%! Wydawcy nie mają obecnie środków na wypłatę pensji, a dziennikarze zatrudnieni na kontraktach utracili swoje źródła dochodów. Należy też wskazać, że lokalne wydawnictwa prasowe, to prywatne firmy, niewielkie, często rodzinne, ale odgrywające znaczącą rolę na lokalnych rynkach pracy. Wydawcy spodziewają się, że w kwietniu sytuacja jeszcze się pogorszy...

Zwracamy się do Pani z apelem, aby z uwagą przyjrzała się sytuacji lokalnych wydawców prasowych, które są najsłabszym ekonomicznie i najbardziej wrażliwym ogniwem rynku medialnego, będącego wszakże istotnym elementem polskiej kultury narodowej i systemu informacyjnego Polski. Ewentualny upadek polskiej prasy lokalnej oznaczać będzie niepowetowaną stratę dla Polski, dla polskiej demokracji i kultury.

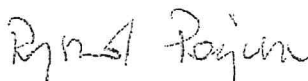
Wprowadzona przez rząd tzw. „tarcza antykryzysowa” tylko w części rozwiąże problemy lokalnych wydawców prasy, zawarte w niej rozwiązania są dalece niewystarczające wobec bardzo trudnej i stale pogarszającej się sytuacji, w jakiej znaleźli się obecnie wydawcy lokalnej prasy.


Dlatego też przedstawiamy do rozważenia nasze propozycje rozwiązania tej trudnej dla środowiska sytuacji i pilne wdrożenie – obok ogólnego państwowego systemu wsparcia dla polskiej gospodarki – pewnych szczególnych rozwiązań mogących wspomóc lokalnych wydawców, takich jak:

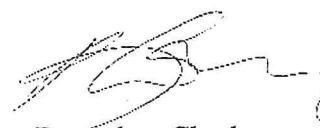
- 1) **wsparcie prasy lokalnej przez publikację płatnych rządowych i samorządowych ogłoszeń i komunikatów do ludności;**
- 2) **poparcie postulatu wprowadzenia zerowej stawki VAT dla sprzedaży prasy lokalnej;**
- 3) **wypłata przez okres 6 miesięcy w formie nieoprocentowanej pożyczki z budżetu państwa środków na bieżące pokrycie czynszów, rachunków za prąd, gaz itp. lub zwolnienie wydawców z tych opłat na taki sam okres;**
- 4) **nieoprocentowana pięcioletnia pożyczka w wysokości przychodu ze sprzedaży za ostatnie sześć miesięcy, pod warunkiem utrzymania dotychczasowego poziomu zatrudnienia;**
- 5) **wprowadzenie obowiązku sprzedaży gazet lokalnych we wszystkich punktach z prasą, także w marketach spożywczych.**

Izba Wydawców Prasy, Stowarzyszenie Gazet Lokalnych i Stowarzyszenie Prasy Lokalnej oraz całe środowisko wydawców i dziennikarzy wierzą, że – z uwagi na wielką rolę kulturotwórczą prywatnej lokalnej prasy – Wojewodowie i Marszałkowie Województw podejmą stosowne działania mające osłonić lokalne wydawnictwa przed trudnościami, które są efektem epidemii koronawirusa.

Z wyrazami szacunku


Ryszard Pajura
Prezes
Stowarzyszenia
Gazet Lokalnych


Piotr Piotrowicz
Prezes
Stowarzyszenia
Prasy Lokalnej


Bogusław Chrabota
Prezes
Izby Wydawców Prasy

11 04 2020
P. M. Toczal

Gab. nr 1 Zarządu

WPLYNEŁO
URZĄD MARSZAŁKOWSKI
WOJEWÓDZTWA LUBUSKIEGO
Sekcja Zarząd i Administracja

17-04-2020

**APEL POLSKICH NADAWCÓW LOKALNYCH DO SAMORZĄDÓW LOKALNYCH
W OBLICZU KRYZYSU SPOWODOWANEGO PANDEMIĄ KORONAWIRUSA**

Podpis

Podpis

ilość zał.

18101

Sytuacja polskich pracowników i przedsiębiorców jest dramatyczna! Ale jeszcze gorsza jest nasza sytuacja - nadawców mediów lokalnych, a szczególnie telewizji. Mimo iż w czasie pandemii utraciliśmy nawet do 100% swoich przychodów, nie zawiesiliśmy działalności. Nasi dziennikarze na bieżąco przekazują informacje z najbliższej okolicy i komunikaty władz, pokazują swoje miasta, edukują i mobilizują społeczeństwo, koordynują samopomoc, wspierają szkoły w zdalnej edukacji, transmitują msze z miejscowych kościołów i niosą medialną postugę religijną. Bezpłatną reklamą i promocją dobrych praktyk pomagają przedsiębiorcom, którzy zostali zmuszeni do czasowego zatrzymania biznesów lub nagłej zmiany działalności, wreszcie organizują rozrywkę zamkniętym w swoich mieszkaniach widzom. A wszystko to w sytuacji, gdy zamarło życie kulturalne i sportowe w naszych miastach i gdy większość przedsiębiorców i samorządów wycofało zlecenia produkcyjne i reklamowe. Naszym biznesom medialnym nie wystarczą rządowe działania ostonowe „tarczy antykryzysowej”. Niezbędne jest natychmiastowe dofinansowanie realizowanej przez nas obecnie działalności misyjnej.

Zwracamy się do samorządów wszystkich szczebli, do Marszałków, Prezydentów i Burmistrzów, Wójtów i Starostów o współpracę z lokalnymi mediami i dofinansowanie do ich działalności misyjnej, a zwłaszcza działań niestandardowych i unikalnych, cennych inicjatyw, konsolidujących lokalne społeczności.

W najbliższych tygodniach nie odbędzie się wiele z zaplanowanych wydarzeń kulturalnych, edukacyjnych i biznesowych, życie społeczne toczyć będzie się w środowisku wirtualnym, także w mediach lokalnych. Apelujemy więc o pomoc i dofinansowanie do działalności misyjnej naszych mediów lokalnych. Bez pomocy i dofinansowania samorządów dla wielu z nas i naszych pracowników mogą być to ostatnie tygodnie pracy.

Polska, 2020-04-16

Ewa Michalska
Członek Zarządu „Fundacji- Fundusz
Telewizji Lokalnych”

Juliusz Marek
Członek Zarządu „Fundacji- Fundusz
Telewizji Lokalnych”

Z poparciem Polskiej Izby Komunikacji Elektronicznej w Warszawie:

Jerzy Straszewski
Prezes Zarządu Polskiej Izby Komunikacji Elektronicznej

Oraz nadawcy telewizji lokalnych:

Ryszard Bańka
TV Zachód

Natalia Błażejczyk
TV Izery Jelenia Góra

Jacek Borowski
TV Rypin

Mariusz Brodzik
TV Morąg

Wojciech Bryczkowski
TV Kwidzyńska

Krzysztof Buczyński
TVB24 Myślibórz

Adam Budkiewicz
Marcin Szendoł
Regionalna TV Bielsko-Biała

Kamil Ceranowski
Express TV Piła

Agnieszka Cybulska
Regionalna TV Ostrowiec Św.

Artur Dembowski
Master TV Głogów

Eugeniusz Domański
TV Olsztyn

Artur Filipkowski
TV Narew Łomża

Barbara Frankowska
TV Police

Marek Gieleta
Telewizja Kablowa Krasnystaw

Wojciech Golubski
Mariusz Konopka
TV Horyzont Słubice

Elżbieta Jarszak
TV Piotrków

Andrzej Kazanowski
TV Świętokrzyska Kielce

Paweł Kądziela,
Paweł Różycki
Telewizja Asta Piła

Jarosław Kiryluk
Telewizja Podlasie Hajnówka

Anna Kobielska-Okrój
Telewizja Proart Ostrów Wielkopolski

Krzysztof Kocimski
TV Golub-Dobrzyń

Magdalena Kościańska
TV Bogatynia

Dariusz Kwaśny
TV Jawor

Krzysztof Machulski
Lubelska TV

Kamila Marek
TRUSO.TV Elbląg

Franciszek Matysik
Program dla Ciebie. Tv Jaworzno

Bogdan Miszczak
TV Obiektów Krosno

Barbara Mrozińska-Badura
Telewizja Toya Łódź

Joanna Nogal-Gromala
Anna Serafin
Nasza Telewizja Sądecka

Tadeusz Nowakowski,
Bogdan Łaga
Twoja Telewizja Morska Wejherowo

Bogda Orzechowska
TV Suwałki

Joanna Osiak-Kazanowska
TV Dami Skarżysko

Adam Pachura
TV Sudecka Bielawa

Tomasz Pawlak
Telewizja Powiatu Milickiego

Wojciech Pawlik
TV Wschód Siedlce

Marian Pospiszel
TV Pogranicze Głubczyce

Anna Rabe
Monika Rabe-Prokopczyk
TV Regionalna Żary

Robert Radzik
TV Miejska Stalowa Wola

Jacek Ruda
Polska Telewizja Regionalna Dębica

Wioletta Rybczyńska
TV Dami Wałbrzych

Elżbieta Samsel-Czerniawska
TV Świebodzin

Piotr Samsik
TTL Bełchatów

Tomasz Sawicki
TV Świnoujście

Jacek Szuba
TV Słupsk

Krzysztof Szydłowski
Wielkopolska Telewizja Kablowa Poznań

Jan Tamiołto
TV Starachowice

Rafał Tatarek
TV Dami Radom

Janusz Pająk
Magazyn Tomaszowski

Jan Tomków
TVT Zgorzelec

Maciej Trybus
Regionalna Telewizja Gorlicka

Andrzej Trzeciak
TV Dami Legnica

Krzysztof Waracki
TV Ostrów

Remigiusz Warcholski
Rega TV Świdwin

Piotr Wasześcik
TV Mazury Ostróda

Krzysztof Wencki
TV Kaszuby Kościerzyna

Marek Zaborowski
Telewizja Kablowa Toruń

Czesław Zasiński
Ósemka Telewizja Regionalna Sieradz

Włodzimierz Zieliński
Telewizja Kablowa Świdnik

Stowarzyszenie Telewizja Kablowa
Centrum Zgierz

Lucjan Zubrzycki
Telewizja Kablowa SM w Grudziądz