

Nota van Inlichtingen – 2 - aanbesteding Digitale billboards Delft

16 september 2022

Nr.	Onderdeel	Blz.	Vraag	Antwoord
79	Vraag 7	3	U stelt dat de zendtijd “gelijkmatig verdeeld” moet worden. Dit kan zijn gelijkmatig in tijd en gelijkmatig over de aangeboden schermen. Kunt u een voorbeeld noemen wat u verstaat onder gelijkmatig, en wanneer u vindt dat dit niet meer “gelijkmatig” verdeeld is?	Voorbeeld: er is 10% zendtijd voor de gemeente. Dat betekent concreet dat op ieder digitaal scherm 10% van de zendtijd beschikbaar moet zijn voor de gemeente. De gemeente zal meelopen in de loop van de exploitant, dat betekent dat 10% van de loop zendtijd voor de gemeente is. Afwijkingen hierop dienen met de gemeente afgestemd te worden.
80	Vraag 24	10	Kunt u voor alle duidelijkheid nogmaals bevestigen dat bij deze aanbesteding voor Digitale Billboards en hierbij specifiek overeenkomstig het gegeven antwoord op vraag 24 op iedere Billboard-locatie minimaal één van de twee zijden voorzien moet worden van een digitaal scherm en dat het een inschrijver niet is toegestaan om <u>volledig</u> analoge billboards met aan twee zijden posters te plaatsen?	Dat bevestigen wij.
81	Vraag 25	10	Kunt u ermee akkoord gaan dat na wijziging van regelgeving de campagnes die aantoonbaar door opdrachtnemer gereserveerd zijn ook geplaatst kunnen blijven worden?	Dat bevestigen wij.
82	Vraag 48	20	Uw antwoord op vraag 48 geeft u aan geen mogelijkheden te zien voor het	Onze visie blijft ongewijzigd.

		toepassen van het gunningscriteria Duurzaamheid binnen deze concessie. Wij zien veel ambitie op dit punt binnen de Gemeente Delft, gezien het feit dat a) de gemeente de City Deal Impact Ondernemen heeft ondertekend, b) Duurzaamheid een van de 5 thema's is uit het collegeakkoord 2022-2026, c) het bestuur van de gemeente een speciale wethouder heeft voor de portefeuille Duurzaamheid, d) er in het beleid van de gemeente sterk wordt ingezet op een versnelling om Delft in 2050 Klimaatneutraal te realiseren. Wij zien veel mogelijkheden om ons hierin te onderscheiden. Er wordt in onze branche veel geïnvesteerd, zowel op het gebied van circulariteit als in onze bijdrage aan de klimaat doelstellingen. In eerder aanbestedingen van digitale billboards hier bij de gunning ook de nadruk op gelegd. Als voorbeeld verwijzen wij naar de uitvraag van de Gemeente Eindhoven. Met deze ambitie, met de voorbeelden van aanbestedingen andere steden en met de grote urgentie van het klimaatprobleem, zou u het thema Duurzaamheid willen heroverwegen en	De twee belangrijkste bijdragen aan duurzaamheid zijn: - beperken van het aantal billboards. Vandaar onze voorkeur voor dubbelzijdige billboards. - geen promotie van het gebruik van fossiele brandstoffen en van vliegreizen. Ook deze eis is opgenomen.
--	--	---	--

			dit alsnog willen opnemen in een van de (sub) gunningscriteria? Hierdoor kunnen gegadigden een aantoonbare bijdrage leveren aan de gewenste versnelling om zowel de Gemeentelijke - als Nationale klimaatdoelstellingen te halen, alsmede de energiecrisis het hoofd te bieden.	
83	Vragen 58 en 16		U geeft aan dat er momenteel geen beleid is. Aan de andere kant bevestigt u dat het exclusieve recht voor Billboards in zijn algemeenheid is voor permanente billboards die voldoen aan de definitie. Wat verstaat u onder permanent? Een digitale trotter kan tijdelijk zijn, maar toch voor zeer lange tijd op een privé terrein staan en naar de openbare ruimte zenden. Hoe raakt dit eventueel de exclusiviteit van dit contract? Kunt u hier duidelijkheid in verstrekken?	Er is een verschil tussen reclame die in de openbare ruimte staat en reclame op privéterrein die zichtbaar is in de openbare ruimte. Deze aanbesteding betreft exclusiviteit voor permanente digitale billboards in de openbare ruimte. 1. Onder permanent verstaan wij billboards die met een fundering in de grond zitten. 2. Een Digitaal Billboard is een constructie waarop een Reclamevitruine is geplaatst die aan één of twee zijden plaats biedt aan een Digitaal Scherm met een oppervlakte van 6,5m² +/-20%, dus tussen 5,2m² en 7,8 m². Portrait of landscape (zie vraag 23). Maximale hoogte 6,5 m² (zie PvE 5.2). 3. Minimaal een zijde van billboard is voorzien van een digitaal scherm. Dit ter correctie van het antwoord op vraag 58. 4. Privéterrein valt buiten deze aanbesteding. In het algemeen geldt dat commerciële exploitatie van reclame op privéterrein, zichtbaar in de openbare ruimte, in Delft verboden is. Dit algemene verbod geldt voor alle reclames op privéterrein, ongeacht tijdelijk/permanent, digitaal/analoog of het formaat.

			In de terminologie van de Reclameverordening in Delft is het verboden als 'de rechthebbende van een bouwwerk op, aan of bij dat bouwwerk reclame maakt die zichtbaar is in de openbare ruimte en die geen relatie heeft tot de activiteit in het bouwwerk'. Dit verbod stelt de exclusiviteit van dit contract veilig. Ter volledigheid nog 2 punten: 1. dit verbod geldt niet voor reclame achter gevels, die ook zichtbaar is in de openbare ruimte. Dus digitale schermen achter glas zijn niet verboden, want hiervoor is geen beleid. Het is momenteel onbekend of dit er komt. Overigens zien wij hierop tot nu toe alleen reclame voor de eigen producten en diensten. 2. dit verbod is geen garantie dat het nooit gebeurt. Bijvoorbeeld doordat het gewoon wordt geplaatst of door een onvolkomenheid in de uitvoering van de regels of door een onvolkomenheid in de uitvoering van de regels.
84	Vraag 74		Kunt u bevestigen dat indien er sprake is van andere belemmeringen dan genoemd in PvE, 4.2, p. 3, dit in onderling overleg met concessiehouder zal gebeuren? Dat bevestigen wij niet, want dat is een politieke keuze. De Gemeente is wél bereid om met Opdrachtnemer te praten over de consequenties.
85	Vraag 64		U geeft aan niet akkoord te gaan met een maximale indexering van 3,5%. Kunt u motiveren wat de reden is dat u niet akkoord gaat. Gezien de huidige inflatie cijfers, wat is volgens u dan een redelijk percentage om als maximale indexering op te nemen? Inflatie wordt niet door gemeente bepaald. Opdrachtnemer zal bij inflatie ook haar tarieven verhogen.
86	Vraag 60		U geeft aan indien er sprake is van een tussentijdse beëindiging er een redelijke opzegtermijn in acht moet worden Het antwoord op vraag 60 wordt gewijzigd. Artikel 24 uit AIV is niet van toepassing. De wijze van opzegging is bepaald in de overeenkomst (artikel 2).

			genomen. Wat is volgens u een redelijke opzegtermijn, bedoelt u hiermee een termijn van 1 jaar?	
87	Vraag 66		U geeft aan niet akkoord te gaan. Kunt u hier een toelichting op verstrekken? Het heeft de voorkeur om de looptijd van 10 jaar in te laten gaan wanneer de billboards ook daadwerkelijk geëxploiteerd kunnen worden, wat maakt dat de concessiehouder 10 jaar de kans krijgt om de billboards ook daadwerkelijk te kunnen exploiteren. Kunt u ermee instemmen om of met later ingaan van de overeenkomst, dan wel de overeenkomst te verlengen te borgen dat de looptijd gelijk komt te staan aan 10 jaar daadwerkelijk exploiteren?	De 10 jaar gaan in vanaf het moment dat het eerste billboard geplaatst en operationeel is.
88	Vraag 63		U vraagt hierin nog om een toelichting waarom het artikel 8 geschrapt dient te worden. Het artikel stelt dat alle Intellectueel eigendomsrechten om niet overgedragen worden. Aangezien de billboards in eigendom blijven van de concessiehouder, en dit bedrijfsgevoelige en concurrentiegevoelige informatie betreft, is het niet logisch om dit over te dragen aan de gemeente, aangezien zij hier in haar bedrijfsvoering geen toegevoegde waarde van heeft. De billboards blijven immers in eigendom van de concessiehouder. Gaat u er	Wij gaan akkoord met uw voorstel.

			daarom mee akkoord om alle IE en andere auteursrechten die op de digitale billboards rusten bij de eigenaar van de Billboards te behouden?	
--	--	--	--	--