

Urząd Marszałkowski
Województwa Kujawsko-Pomorskiego
w Toruniu
87-100 Toruń, Plac Teatralny 2

Toruń, 12.04.2021 r.

WZP.272.8.2021

ODPOWIEDZI NA PYTANIA

Informuję, iż w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonym w trybie podstawowym, którego przedmiotem jest przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020, wpłynęło pytanie, którego treść wraz z odpowiedzią zamieszczam poniżej:

Pytanie:

Zamawiający pisze, że w ofercie Wykonawca powinien zaproponować "nowy graficzny motyw przewodni kampanii (w tym przede wszystkim logo kampanii) oraz propozycje trzech nowych haseł przewodnich kampanii".

Hasło przewodnie jest podstawą do stworzenia kreacji graficznej, jest silnie powiązane z wizualną stroną kampanii. Key visual kampanii tworzony jest pod dane hasło. To oznacza, że dla każdego nowego hasła, należy przygotować odpowiednią i adekwatną szatę graficzną, aby całość była spójna i spełniała rolę czytelnego przekazu. Nie projektuje się wizualizacji z myślą o swobodnym wymienianiu haseł, gdyż każde ma inną siłę, zawiera nieco innego rodzaju komunikat.

Aby opracować grafikę, Wykonawca musi wybrać jedno z haseł. Pozostałe dwa hasła pozostaną bez szaty graficznej i nie oddadzą w pełni propozycji na kampanię. Stąd pytanie czego oczekuje Zamawiający? Czy Wykonawca ma opracować trzy oddzielne pomysły na kampanię z różnymi szatami graficznymi do każdego z haseł? Czy też stworzyć 3 hasła, a jedno zasugerować jako najciekawsze i zaprezentować je w identyfikacji wizualnej kampanii? Jeżeli Zamawiający wybierze jedno z dwóch haseł bez key visuala, to jak oceni grafiki z hasłem sugerowanym jako najlepsze? Na jakiej podstawie oceniane będą dwa hasła, które nie będą miały prezentacji ich potencjału w postaci key visuala? Prosimy o doprecyzowanie tych wymagań.

Odpowiedź:

Celem wymogu przedstawienia alternatywnych haseł dla kampanii jest możliwość wymiany hasła w przypadku, gdy np. treść któregoś z haseł budzi negatywne skojarzenia. Rozwiązanie takie ma swoje wady jednakże daje Zamawiającemu pewne pole manewru w tworzeniu ostatecznego kształtu kampanii. Doświadczenie Zamawiającego z prac nad wcześniejszymi kampaniami pokazuje, że wbrew stwierdzeniu zawartym w pytaniu, że „nie projektuje się wizualizacji z myślą o swobodnym wymienianiu haseł” taka możliwość istnieje i daje zadawalające rezultaty. Alternatywne wersje haseł powinny być przygotowane w taki sposób, aby były spójne z linią graficzną i niejako „wymienialne”. Zamawiający dopuszcza

jednak niewielkie modyfikacje w wizualizacji w zależności od zaproponowanego hasła (np. Wykonawca może przedstawić dla każdego z haseł alternatywną wersję logotypu, która będzie wpisywać się w pozostałą część linii graficznej).

Czy Wykonawca ma opracować trzy oddzielne pomysły na kampanię z różnymi szatami graficznymi do każdego z haseł?

Zamawiający nie oczekuje stworzenia 3 różnych pomysłów na kampanię z trzema różnymi szatami graficznymi. Jak napisano wyżej Wykonawca może wprowadzić drobne modyfikacje w wizualizacji w zależności od zaproponowanego hasła (np. przedstawić dla każdego z haseł alternatywną wersję logotypu, która będzie wpisywać się w pozostałą linię graficzną).

Czy też stworzyć 3 hasła, a jedno zasugerować jako najciekawsze i zaprezentować je w identyfikacji wizualnej kampanii?

Taki sposób jest dopuszczalny jednak Wykonawca powinien co najmniej przedstawić jak prezentuje się każde z haseł w bezpośrednim zestawieniu z logiem kampanii. Dopuszczalny jest również sposób, w którym hasło będzie się zmieniać na przykładowych elementach graficznych np. na banerze widoczne jest jedno hasło, a w artykule prasowym inne. Wykonawca może też oczywiście zaprezentować każde z haseł na każdym z przykładowych nośników.

Jeżeli Zamawiający wybierze jedno z dwóch haseł bez key visuala, to jak oceni grafiki z hasłem sugerowanym jako najlepsze?

Na jakiej podstawie oceniane będą dwa hasła, które nie będą miały prezentacji ich potencjału w postaci key visuala?

Jak napisano powyżej linia graficzna powinna być spójna dla wszystkich haseł i jako taka będzie oceniana. Jeżeli Wykonawca obawia się, że potencjał haseł nie zostanie zaprezentowany w wystarczający sposób ma prawo zaprezentować każde z haseł na każdym z przykładowych nośników.

Termin składania i otwarcia pozostaje bez zmian.

Przewodniczący Komisji Przetargowej

/-/ Olgierd Sobkowiak