



Warszawa, 7 czerwca 2024 roku

OR-D-III.272.22.2024.AB

Uczestnicy postępowania

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia, prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego na „**Przygotowanie, realizację i monitorowanie kampanii turystycznej Województwa Mazowieckiego „Odpocznij na Mazowszu” w 2024 roku**”.

I. ZMIANA TREŚCI SPECYFIKACJI WARUNKÓW ZAMÓWIENIA, OPISU PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA I PROJEKTOWANYCH POSTANOWIEŃ UMOWY

Zgodnie z art. 137 ust. 1 ustawy z dnia 11 września 2019 roku – Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2023 poz. 1605 ze zm.) zwanej dalej „ustawą”, Zamawiający zmienia treść specyfikacji warunków zamówienia (dalej: „SWZ”) i Opisu przedmiotu zamówienia („OPZ”) i Projektowanych postanowień umowy (dalej: „PPU”) w przedmiotowym postępowaniu w następujący sposób:

ZMIANA A) Opis przedmiotu zamówienia – I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA, ust 5 otrzymuje brzmienie:

5. Ramy czasowe zamówienia:

- 1) Kampania będzie realizowana w terminie do 5 miesięcy od dnia podpisania umowy z Wykonawcą, w założeniu będzie trwała od ~~1 lipca~~ **15 lipca** do ~~30 września~~ **14 października** 2024 roku;
- 2) Kampania będzie przygotowana na podstawie koncepcji graficznej i wytycznych Zamawiającego, które Zamawiający przedstawi Wykonawcy nie później niż w ciągu 5 dni roboczych od dnia podpisania umowy.

ZMIANA B) Opis przedmiotu zamówienia – II. ZAKRES ZADAŃ WYKONAWCY, 1.

„Przygotowanie harmonogramu kampanii” otrzymuje następujące brzmienie:

- 1) Wykonawca we współpracy z Zamawiającym przygotuje harmonogram kampanii, która w założeniu będzie trwała od ~~1 lipca~~ **15 lipca** do ~~30 września~~ **14 października** 2024 roku.

Harmonogram będzie:

- a) zawierał plan kampanii w mediach społecznościowych, ekspozycję reklamy kampanii na billboardach, ekspozycję reklamy kampanii na tyłach autobusów, ambient marketing, lokowanie Marki Mazowsze w postaci materiałów audiowizualnych wyemitowanych w porannych programach telewizyjnych, organizację i przeprowadzenie 3 konkursów związanych z tematyką kampanii, ekspozycję reklamy kampanii w metrze warszawskim,

- b) uwzględnił plan mediowy (różne kanały w różnym czasie do różnych odbiorców z uwzględnieniem wysokości środków finansowych przeznaczonych na poszczególne działania) – przewidywanie działania do przeprowadzenia w kampanii w podziale na tygodnie i miesiące,
- c) po podpisaniu umowy harmonogram zostanie ustalony we współpracy z Zamawiającym w ciągu 10 dni roboczych od dnia podpisania umowy,
- d) zmiany harmonogramu w trakcie trwania kampanii będą możliwe po uzgodnieniu między Wykonawcą a Zamawiającym. Wykonawca umieści działania własne Zamawiającego realizowane w ramach kampanii w harmonogramie kampanii.

ZMIANA C) Opis przedmiotu zamówienia – II. ZAKRES ZADAŃ WYKONAWCY, 1.

„Opracowanie planu kampanii w mediach społecznościowych i jego realizacja”, ppkt 1) otrzymuje następujące brzmienie:

- 1) Wykonawca we współpracy z Zamawiającym opracuje plan kampanii w mediach społecznościowych Zamawiającego na 3 miesiące, od ~~1 lipca~~ **15 lipca** do ~~30 września~~ **14 października** 2024 roku na profilu na Facebooku (mazowsze.serce.polski) i na Instagramie (@mazowsze.serce.polski) w ciągu 10 dni roboczych od dnia podpisania umowy. Zmiany planu w trakcie trwania kampanii będą możliwe po uzgodnieniu między Wykonawcą a Zamawiającym

ZMIANA D) Opis przedmiotu zamówienia – II. ZAKRES ZADAŃ WYKONAWCY, 3 . „Ekspozycja reklamy kampanii na billboardach”, ppkt 1 otrzymuje następujące brzmienie:

- 1) Wykonawca zapewni ekspozycję reklamy kampanii na nośnikach typu billboard, która będzie trwała ~~3~~ **2** miesiące;

ZMIANA E) Opis przedmiotu zamówienia – II. ZAKRES ZADAŃ WYKONAWCY, 3 . „Ekspozycja reklamy kampanii na billboardach”, ppkt 3 otrzymuje następujące brzmienie:

- 3) Wykonawca zapewni możliwość przedstawienia maksymalnie 3 różnych kreacji graficznych w każdym miesiącu trwania kampanii na billboardach (maksymalnie ~~9~~ **6** różnych kreacji graficznych);

ZMIANA F) Opis przedmiotu zamówienia – II. ZAKRES ZADAŃ WYKONAWCY, 3. „Ekspozycja reklamy kampanii na billboardach” ppkt 9, otrzymuje brzmienie:

- 9) Liczba nośników w ciągu miesiąca to min. 75 szt., z czego:
 - a) min. 20 nośników w miesiącu na terenie Warszawy,
 - b) min. po 5 nośników w miesiącu na terenie każdego z miast (łącznie w ciągu miesiąca min. 25 billboardów):
 - Płock,
 - Radom,
 - Siedlce,
 - Ostrołęka,
 - Ciechanów;
 - c) min. po ~~10~~ **20** billboardów w miesiącu na terenie każdego z miast (łącznie min. ~~30~~ **60** billboardów w miesiącu):
 - Łódź,
 - Białystok,
 - Lublin;

ZMIANA G) Opis przedmiotu zamówienia – II. ZAKRES ZADAŃ WYKONAWCY, 4. „Ekspozycja reklamy kampanii na tyłach autobusów” otrzymuje brzmienie:

- 1) Wykonawca zapewni reklamę kampanii na tyłach autobusów na nośnikach typu Fullback lub EkoFullback, która będzie trwała łącznie dwa miesiące;
- 2) przy ustalaniu harmonogramu Wykonawca zaproponuje termin ekspozycji reklamy na ww. nośnikach;
- 3) Wykonawca zobowiązany jest do rezerwacji nośników, druku, montażu, ekspozycji oraz demontażu reklamy na nośnikach;
- 4) Wykonawca zapewni możliwość przedstawienia na nośnikach maksymalnie 3 różnych kreacji graficznych;
- 5) Zamawiający prześle Wykonawcy gotowe pliki graficzne wg wytycznych Wykonawcy – Wytyczne do przygotowania plików graficznych Wykonawca prześle Zamawiającemu bezzwłocznie po ustaleniu harmonogramu i lokalizacji nośników;
- 6) reklama będzie umieszczona równomiernie w ciągu dwóch miesięcy na min. łącznie 100 autobusach w Warszawie (na min. 50 w miesiącu), ~~min. łącznie 70 autobusach w Łodzi (na min. 35 w miesiącu) oraz min. łącznie 70 autobusach w Lublinie (na min. 35 w miesiącu), co wynosi łącznie min. 240 nośników w ciągu dwóch miesięcy;~~
- ~~7) Reklama powinna być prowadzona w tym samym czasie na trasach miejskich przewoźników na terenie Warszawy, Łodzi i Lublina;~~
- 8) na etapie ustalania harmonogramu Wykonawca prześle Zamawiającemu do akceptacji listę linii autobusowych, na których będzie umieszczona reklama:
 - a) lista powinna zawierać większą liczbę nośników niż wymagane ilości, tak aby Zamawiający miał możliwość wyboru najbardziej mu odpowiadających nośników,
 - b) lista będzie zawierała: specyfikację techniczną konieczną do dostosowania projektów reklam do nośników,
 - c) Zamawiający zaakceptuje listę lub zwróci z uwagami. Wykonawca uwzględni uwagi i prześle Zamawiającemu listę z nowymi lokalizacjami w zamian za pozycje z listy niezaakceptowane wcześniej. Procedura musi zostać powtórzona do uzyskania akceptacji wszystkich pozycji z listy przez Zamawiającego.

ZMIANA H) Projektowane postanowienia umowy §1 ust. 4 otrzymuje następujące brzmienie:

4. W ramach realizacji przedmiotu umowy, zgodnie z Opisem Przedmiotu Zamówienia, Wykonawca w szczególności:
 - 1) przygotuje harmonogram kampanii trwającej od ~~1 lipca~~ **15 lipca** 2024 roku do ~~30 września~~ **14 października** 2024 roku;
 - 2) opracuje plan kampanii w mediach społecznościowych Zamawiającego trwającej od ~~1 lipca~~ **15 lipca** 2024 roku do ~~30 września~~ **14 października** 2024 roku;
 - 3) zrealizuje kampanię w mediach społecznościowych, zgodnie z planem, o którym mowa w pkt 2;
 - 4) zapewni ekspozycję reklamy kampanii na billboardach;
 - 5) zapewni ekspozycję reklamy kampanii na tyłach autobusów;
 - 6) zapewni reklamę ambientową kampanii;
 - 7) zapewni lokowanie produktu Marki Mazowsze w postaci emisji materiałów audiowizualnych nagranych w lokalizacjach wybranych w porozumieniu z Zamawiającym, które zostaną wyemitowane w audycjach porannych na antenach:
 - a) telewizji Polsat,
 - b) telewizji TVP,

- c) telewizji TVN;
- 8) zorganizuje i przeprowadzi w mediach społecznościowych Zamawiającego 3 konkursy związane z tematyką kampanii;
- 9) zapewni ekspozycję reklamy kampanii w metrze warszawskim.

II. ZMIANA TERMINU SKŁADANIA I OTWARCIA OFERT ORAZ TERMINU ZWIĄZANIA OFERTĄ

Zgodnie z art. 137 ust. 6 ustawy, Zamawiający dokonuje zmiany terminu składania i otwarcia ofert oraz terminu związania ofertą, w związku z powyższym **§ 13, 15, 16** SWZ otrzymują następujące brzmienie:

§ 13 ust. 1: Termin związania ofertą

„1. Wykonawca jest związany ofertą nie dłużej niż 90 dni od dnia upływu terminu składania ofert, czyli **do dnia 14 września 2024 roku.**”

§ 15 ust. 4: Sposób oraz termin składania ofert

„(...) 4. Termin składania ofert upływa w dniu **17 czerwca 2024 roku, godzina 10:00.**”

§ 16 ust.1: Termin otwarcia ofert

„1. Otwarcie ofert nastąpi za pośrednictwem Platformy Zakupowej w dniu **17 czerwca 2024 roku o godzinie 10:10.**”

Zgodnie z art. 137 ust. 2 zmiana treści SWZ zostanie udostępniona na stronie Platformy Zakupowej <https://platformazakupowa.pl/pn/mazovia>

Z poważaniem
Dyrektor Departamentu Kultury,
Promocji i Turystyki

Paweł Cukrowski
podpisano kwalifikowanym
podpisem elektronicznym

Załączniki:

1. Załącznik nr 1. Projektowane postanowienia umowy_po zmianach