

znak pisma: DPR.4142.3720.MB.2023

Warszawa, dnia 22.05.2023 r

Wyjaśnienia i zmiana treści Specyfikacji Warunków Zamówienia

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie podstawowym na usługi organizacji kampanii promocyjno-informacyjnej w ramach Projektu iPFON+ (nr postępowania ZP/12/23).

Zamawiający informuje, że w przedmiotowym postępowaniu wpłynęły wnioski o wyjaśnienie treści Specyfikacji Warunków Zamówienia (dalej jako „SWZ”). Zamawiający przekazuje treść pytań wraz z wyjaśnieniami i zmianami treści SWZ:

[Wyjaśnienie treści SWZ]

Pytanie 1:

Zwracam się z prośbą o odpowiedź na pytanie dot. ww. postępowania.

Część 1

1. W załączniku numer 1 A do SWZ Rozdział 5 punkt 5.1 Zamawiający używa sformułowania: 5.1. Wykonawca w terminie 30 dni kalendarzowych od dnia zawarcia Umowy przedstawi Zamawiającemu po 5 propozycji kanałów promocji dla każdego z mediów społecznościowych (platform) wymienionych w pkt 5.2. OPZ poniżej.

Prosimy o szczegółowe wyjaśnienie co zamawiający rozumie przez kanał promocji dla wskazanych platform

2. W załączniku numer 1 A do SWZ Rozdział 5 punkt 5.2 Zamawiający używa sformułowania: Wykonawca wraz z propozycjami kanałów promocji przedstawi Zamawiającemu dowody potwierdzające wymaganą w niniejszym punkcie liczbę wyświetleń.

Wykonawca prosi o doprecyzowanie czym jest kanał promocji, gdyż nie wie do jakich danych ma odnieść się powyższe sformułowanie. Czy wykonawca ma na myśli dane udostępniane przez Gemius Mediapanel, czy dane z poszczególnych platform? Za jaki okres mają zostać przedstawione dane?

Odpowiedź pkt 1 i pkt 2:

Wykonawca w terminie wskazanym w 5.1 Rozdziału 5 OPZ dla Części 1 zamówienia (Załącznik nr 1A do SWZ) przedstawi Zamawiającemu po 5 propozycji kanałów promocji dla każdego z mediów społecznościowych (platform) wymienionych w pkt 5.2. OPZ powyższego załącznika. Każda z propozycji kanałów dla każdej platformy społecznościowej

wymienionej w pkt 5.2 OPZ musi posiadać minimalny zasięg Polsce czyli w przypadku YouTube, Facebook, Instagram, Twitter i LinkedIn jest to 50 tysięcy wyświetlań, zaś dla TikTok 1 milion wyświetlań.

Zamawiający w przypisie dolnym nr 2 OPZ dla Części 1 zamówienia wyjaśnił co rozumie przez zasięg „Zasięg rozumiany jako łączna liczba wyświetleń (odstón) treści opublikowanych w ramach danego kanału promocji (na danej platformie społecznościowej), dokonanych przez użytkowników na terytorium Polski.”

Mając na uwadze powyższe, Zamawiający przez kanał promocji (dotyczy każdego z mediów społecznościowych) rozumie kanał mający co najmniej liczbę wyświetleń określoną w pkt 5.2 OPZ i gwarantujący osiągnięcie celu, o którym mowa w Rozdziale 2 OPZ.

Zamawiający nie precyzuje jaki dowód Wykonawca zobowiązany jest złożyć na potwierdzenie liczby wyświetleń dla każdego z zaproponowanych kanałów, pod warunkiem, że są one niezależne od Wykonawcy. Zamawiający jako dowód dopuszcza zarówno dane udostępniane przez Gemius Mediapanel jak i dane z poszczególnych platform.

Część 2 1. Załącznik numer 1 B do SWZ Rozdział 4 punkt 1 ppkt 1.5 (1.5.4.)

Zamawiający wskazuje, że dane dotyczące Unikalnych Użytkowników zostaną raportowane poprzez System Google Analytics. Czy raport będzie po statystykach GA Wykonawcy czy Zamawiający udostępni

zasób swoich danych? Dana jaka będzie określała Unikalnego Użytkownika w systemie Google będzie określana jako Nowy Użytkownik za dane z tego zboru będzie następowało raportowanie?

Odpowiedź:

Raport będzie przygotowany na podstawie statystyk udostępnionych Wykonawcy przez właściciela danego portalu internetowego, w którym zostanie opublikowany Artykuł. Termin unikalny użytkownik określa użytkownika identyfikowanego na podstawie danych z plików cookies lub adresu IP komputera.

2. Załącznik numer 1 B do SWZ Rozdział 4 Zadanie 1 punkt 1 ppkt 1.5 (1.5.5.)

Zamawiający daje dowolność w wyborze oraz ilości serwisów Regionalnych w jakich ma zostać opublikowany, artykuł wskazując, że musi zostać osiągnięty wskaźnik UU. Natomiast w dalszej części dokumentu w ppkt 1.5.6.2. Zamawiający wylistowuje serwisy regionalne i wskazuje: Decyzja o tym jaki Artykuł, w którym z serwisów Regionalnych Polska Press będzie publikowany należy do Zamawiającego. Publikacja Artykułów na poszczególnych serwisach Regionalnych Polska Press będzie odbywać się zgodnie z ustalonym z Zamawiającym harmonogramem, przy czym ich publikacja ma się odbyć w okresie

wskazany w pkt 1.7. niniejszego Rozdziału. Jeden Artykuł może być opublikowany na dwóch lub więcej serwisach Regionalnych Polska Press.

Pytanie Wykonawcy jest następujące: Czy wykonawca do pojedynczej publikacji artykułu może wskazać tylko jeden serwis regionalny? Pojedynczy artykuł ma ukazać się w jednym serwisie regionalnym czy we wszystkich wskazanych przez Zamawiającego serwisach? Czy wszystkie 10 artykułów ma ukazać się w serwisach regionalnych?

Prosimy o doprecyzowanie zapisów.

Odpowiedź:

Każdy opublikowany Artykuł w serwisach Regionalnych Polska Press, o których mowa w pkt 1.5.6.2. OPZ, musi łącznie przynieść zasięg w postaci co najmniej 5 tys. unikalnych użytkowników bądź więcej jeżeli Wykonawca zaoferuje większy zasięg w ramach kryterium oceny ofert określonego w pkt 22.3.3 Rozdziału 22 SWZ, a osiągnięcie tego wskaźnika poświadczane zostanie przez Wykonawcę raportem z Google Analytics.

Tak jak zapisano w pkt 1.5.5 OPZ dla Części 2 zamówienia Zdanie 2 „Dla Zamawiającego nie ma znaczenia w ilu serwisach zostanie opublikowany dany Artykuł, istotne jest aby każdy z opublikowanych Artykułów osiągnął wyżej wymieniony wskaźnik.”

Jeżeli w jednym serwisie nie będzie możliwe osiągnięcie minimalnego wskaźnika określonego w OPZ bądź w ofercie Wykonawcy, w terminie wskazanym w pkt 1.7 OPZ tj. w okresie od 1 września do 30 listopada 2023 r., Wykonawca zobowiązany jest zamieścić każdy z Artykułów w takiej liczbie serwisów, by w wyżej określonym terminie Artykuł osiągnął wskaźnik.

3. Załącznik numer 1 B do SWZ Rozdział 4 Zadanie 1 punkt 1 ppkt 1.5 (1.5.6.1.)

Dotyczy zapisu: 1.5.6.1. Jednokrotną publikację przez okres 7 dni kalendarzowych (lub mniejszą jeżeli zostanie osiągnięty wskaźnik, albo większą, jeżeli tego wymaga osiągnięcie wskaźnika, jednak nie dłużej niż do upływu terminu wskazanego w pkt 1.7 OPZ) jednego Artykułu na jednym z portali internetowych wymienionych niżej:

Czy Wykonawca ma opublikować każdy z artykułów na każdym z wymienionych przez Zamawiającego portali?

Czy wykonawca będzie musiał opublikować 10 artykułów na wybranych z podanej listy portalach?

Czy do publikacji jest pojedynczy artykuł czy wszystkie 10 artykułów muszą zostać opublikowane na portalach?

Prosimy o doprecyzowanie zapisów.

Odpowiedź:

Zamawiający wyjaśnia, iż na każdym z portali internetowych wymienionych w pkt 1.5.6.1 OPZ dla Części 2 zamówienia musi zostać opublikowany jeden raz jeden Artykuł. W związku z tym, że więcej jest portali internetowych (13) niż Artykułów (10), trzy Artykuły będą opublikowane dwukrotnie, przy czym ich publikacja odbędzie się w portalach internetowych, na których nie publikowano jeszcze żadnego Artykułu.

Zamawiający zwraca uwagę, iż decyzja o tym, jaki Artykuł będzie publikowany w jakim portalu internetowym należy do Zamawiającego.

4. Załącznik numer 1 B do SWZ Rozdział 4 Zadanie 2

Czy moderacja postów będzie należała do Wykonawcy?

Odpowiedź:

Nie. Zadaniem Wykonawcy jest przygotowanie oraz wykonanie postów i grafik.

Wymaganiem Zamawiającego jest, aby każda grafika zawierała opis alternatywny zgodnie z wymogami WCAG 2.1.

Pytanie 2:

Zwracamy się z prośbą o przedłużenie terminu składania ofert do 02.06.2023r.

Przygotowanie oferty jakościowej i przede wszystkim rzetelnej wymaga dużo czasu. Oferta wymaga kontaktu z wieloma dostawcami, którzy nie zawsze szybko są w stanie przygotować oferty. Dodatkowo istnieje wiele niejasności dotyczących przygotowania ofert.

Odpowiedź:

Zamawiający wyraża zgodę na wniosek Wykonawcy i wydłuża termin składania ofert do dnia 02.06.2023 r. do godz. 9:00.

Pytanie 3:

Chcielibyśmy doprecyzować czy po wybraniu przez Państwa wykonawcy oraz w momencie podpisywania umowy czy można jeszcze negocjować dni i wydłużyć termin na stworzenie storyboardów (łącznie 4, bo po dwa do jednego filmu) oraz ogólnie czy te terminy są do negocjacji podczas rozmowy z Państwem.

Drugie pytanie dotyczy promocji filmów w Etapie 1 - oczekują Państwo, że ta sama firma, która zadba o produkcje filmów również zadba o promocje w Internecie i rozliczenie wiąże się z zapewnieniem, że filmy będą miały minimalne wyświetlenia w różnych mediach społecznościowych?

Zależy mi na doprecyzowaniu czy Etap 1 jest wiążący z tą promocją, bo ogólnie cała promocja rozpisana jest na Etapie 2 - my jako dom produkcyjny zainteresowani bylibyśmy samym

etapem produkcji i przygotowaniu plików emisyjnych. Proszę o wyjaśnienie, będziemy wdzięczni.

Odpowiedź:

Do zadań Wykonawcy należało będzie zarówno opracowanie i produkcja jednego filmu promocyjnego oraz jednego filmu o potencjale viralowym (Etap 1), ustalenie miejsc promocji filmów (Etap 2) jak i promocja w Internecie obu filmów (Etap 3).

Zamawiający odrzuci ofertę Wykonawcy, który złoży ofertę tylko na realizację jednego lub dwóch Etapów.

Zamawiający, za zgodą Zamawiającego, dopuszcza możliwość bieżącej aktualizacji Harmonogramu w miarę postępu prowadzonych prac przy zachowaniu terminu określonego w pkt 4 OPZ dla Części 2. Ewentualne wydłużenie któregośkolwiek z terminów określonych w Harmonogramie nie może wpłynąć na termin Etapu 1 określony w pkt 4 OPZ Części 1 zamówienia, jak i kolejnych Etapów. Terminy realizacji poszczególnych Etapów jak i Umowy nie podlega negocjacji, z wyjątkiem sytuacji określonych Umową.

Pytanie 4:

W rozdziale 7 pkt. 7.1, ppkt. 7.1.2 Zamawiający wskazuje iż uzna warunek udziału w postępowaniu jeśli wykonawca wykaże, że w okresie ostatnich 3 (trzech) lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie – wykonał a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonuje należycie, co najmniej 2 (dwie) usługi organizacji kampanii informacyjnej lub promocyjnej lub społecznej lub marketingowej, przy czym: a) co najmniej 1 (jedna) z nich obejmowała opracowanie graficzne i edytorskie co najmniej jednego artykułu oraz jego publikację w co najmniej 10 tytułach prasowych, oraz b) co najmniej 1 (jedna) z nich obejmowała kampanię w co najmniej 5 portalach internetowych lub w co najmniej 2 mediach społecznościowych.

Nasza agencja posiada kilkunastoletnie doświadczenie w realizowaniu kampanii cross-mediowych, których elementem było opracowanie graficzne i edytorskie wielu artykułów oraz ich publikacja w prasie (prasa ogólnopolska, regionalnej, lokalna czy branżowa). Zrealizowanie takich kampanii potwierdza wymagane doświadczenie do realizacji kampanii, w której znajduje się kampania prasowa. Zapis w punkcie a) ze względu na ograniczenie związane z publikacją tego samego artykułu aż w 10 tytułach, zawężą możliwość udziału w postępowaniu firmom, które od lat prowadzą kampanie prasowe w ramach realizowanych projektów, ale gdzie różnicowanie polega na treści artykułów publikowanych w mniejszej liczbie tytułów.

Czy w związku z powyższym Zamawiający zmieni zapis dotyczący spełnienia warunków udziału na następujący:

Wykonawca wykaże, że w okresie ostatnich 3 (trzech) lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie – wykonał a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonuje należycie, co najmniej 2 (dwie) usługi organizacji kampanii informacyjnej lub promocyjnej lub społecznej lub marketingowej, przy czym:

a) co najmniej 1 (jedna) z nich obejmowała opracowanie graficzne i edytorskie co najmniej 10 artykułów oraz ich publikację, oraz

b) co najmniej 1 (jedna) z nich obejmowała kampanię w co najmniej 5 portalach internetowych lub w co najmniej 2 mediach społecznościowych.

Odpowiedź:

Zamawiający dokona stosownej zmiany treści pkt 7.1.2 Rozdziału 7 SWZ. Jednocześnie Zamawiający informuje, iż dokonał modyfikacji Załączania nr 5B do SWZ (Wykaz usług dla Części 2 zamówienia.

Pytanie 5:

2. Zwracam się z prośbą o odpowiedź na pytanie dot. ww. postępowania.

Dotyczy części 2 - Załącznik 1B OPZ. Zadanie nr 2 - Kampania reklamowa Systemu iPFRON+ w mediach społecznościowych

Celem kampanii reklamowej w mediach społecznościowych, który należy osiągnąć na skutek wykonania Zadania nr 2, będzie zwiększenie o co najmniej 7 tys. obserwujących na każdym z kanałów wymienionych w pkt 2.1. OPZ. O ile istnieje możliwość zwiększenia ilości obserwujących w Social Mediach takich jak Instagram i Facebook, tak problematyczne jest pozyskanie 7 tys. obserwujących z grupy docelowej na LinkedIn. Ze względu na ten fakt prosimy o zmianę tego zapisu dla kampanii w tym medium

Odpowiedź:

Zamawiający dokonuje zmiany treści OPZ dla Części 2 zamówienia poprzez usunięcie z kampanii reklamowej będącej przedmiotem Zadania nr 2 kampanii w serwisie LinkedIn.

[Zmiana treści SWZ]

Zamawiając działając na podstawie art. 286 ust. 1 i ust. 3 ustawy Pzp dokonał zmiany treści SWZ oraz **przedłużył termin składania ofert do dnia 2 czerwca 2023 r. do godz. 9:00**. Poniżej zmian treści SWZ:

1. Pkt 7.1.2. Rozdziału 7 SWZ:

Było:

„7.1.2. Zamawiający uzna ww. warunek za spełniony, jeżeli Wykonawca wykaże, że w okresie ostatnich 3 (trzech) lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie – wykonał a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonuje należycie, co najmniej 2 (dwie) usługi organizacji kampanii informacyjnej lub promocyjnej lub społecznej lub marketingowej, przy czym:

- a) co najmniej 1 (jedna) z nich obejmowała opracowanie graficzne i edytorskie co najmniej jednego artykułu oraz jego publikację w co najmniej 10 tytułach prasowych, oraz
- b) co najmniej 1 (jedna) z nich obejmowała kampanię w co najmniej 5 portalach internetowych lub w co najmniej 2 mediach społecznościowych.”

Zmieniono na:

„7.1.2. Zamawiający uzna ww. warunek za spełniony, jeżeli Wykonawca wykaże, że w okresie ostatnich 3 (trzech) lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie – wykonał a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonuje należycie, co najmniej 2 (dwie) usługi organizacji kampanii informacyjnej lub promocyjnej lub społecznej lub marketingowej, przy czym:

- a) co najmniej 1 (jedna) z nich obejmowała opracowanie graficzne i edytorskie co najmniej pięciu artykułów oraz ich publikację, oraz
- b) co najmniej 1 (jedna) z nich obejmowała kampanię w co najmniej 5 portalach internetowych lub w co najmniej 2 mediach społecznościowych.”

2. Pkt 18.1 Rozdziału 18 SWZ:

Było:

„18.1. Wykonawca będzie związany ofertą przez okres 30 dni od dnia upływu terminu składania ofert (przy czym pierwszym dniem terminu związania ofertą jest dzień, w którym upływa termin składania ofert), do dnia **24 czerwca 2023 r.**”

Zmieniono na:

„18.1. Wykonawca będzie związany ofertą przez okres 30 dni od dnia upływu terminu składania ofert (przy czym pierwszym dniem terminu związania ofertą jest dzień, w którym upływa termin składania ofert), **do dnia 1 lipca 2023 r.**”

3. Pkt 21.1 Rozdziału 21 SWZ:

Było:

„21.1. Ofertę wraz z wymaganymi dokumentami należy złożyć za pośrednictwem Platformy Zakupowej dostępnej pod adresem:
<https://platformazakupowa.pl/pn/pfron> i pod nazwą postępowania dostępną w tytule SWZ, w **terminie do dnia 26 maja 2023 r. do godz. 9:00.**”

Zmieniono na:

„21.1. Ofertę wraz z wymaganymi dokumentami należy złożyć za pośrednictwem Platformy Zakupowej dostępnej pod adresem:

<https://platformazakupowa.pl/pn/pfron> i pod nazwą postępowania dostępną w tytule SWZ, w **terminie do dnia 2 czerwca 2023 r. do godz. 9:00.**”

4. Pkt 21.7 Rozdziału 21 SWZ:

Było:

„21.7. Otwarcie ofert nastąpi w dniu **26 maja 2023 r. o godz. 10:00**. Zamawiający nie przewiduje publicznej sesji otwarcia ofert.”

Zmieniono na:

„21.7. Otwarcie ofert nastąpi w dniu **2 czerwca 2023 r. o godz. 10:00**. Zamawiający nie przewiduje publicznej sesji otwarcia ofert.”

5. W pkt 2.1 Rozdziału 2 Załącznika nr 1B do SWZ (OPZ dla Części dla Części 2 zamówienia) **wykreślono pkt 2.1.3 OPZ.**

6. **Zmodyfikowano Załącznik nr 5B do SWZ (wykaz usług dla Części 2 zamówienia)**

Zmodyfikowany Załącznik zostanie udostępniony wraz z niniejszym pismem.

Z poważaniem

Elektronicznie podpisany przez
Sebastian Maksymilian Szymonik
Data: 2023.05.22 15:45:18 +02'00'