

Toruń, 08.01.2021 r.

WZP.272.51.2020

## ODPOWIEDZI NA PYTANIA

Informuję, iż w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego na usługę społeczną, której przedmiotem jest przygotowanie i realizacja internetowej kampanii informacyjno-promocyjnej dedykowanej terenom inwestycyjnym wybranych gmin województwa kujawsko-pomorskiego wpłynęły pytania, których treść wraz z odpowiedziami zamieszczam poniżej:

- 1. Prosimy o odpowiedź na pytania wynikające z zapisu SIWZ, punkt IV. 1.2.3: „O udzielenie zamówienia mogą się ubiegać Wykonawcy, którzy spełniają warunki udziału w postępowaniu dotyczące zdolności technicznej lub zawodowej, tj. wykonali w okresie trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzonej działalności jest krótszy – w tym okresie, co najmniej 2 usługi odpowiadające swoim rodzajem przedmiotowi zamówienia. Wartość jednej usługi wyniosła co najmniej 50 tys. zł brutto.”*

*Pytanie a) Czy referencje związane z kampaniami prowadzonymi w internecie o wartości minimum 50 tys. zł brutto, mają dotyczyć kampanii reklamowych prowadzonych tylko i wyłącznie w internecie, czy mogą dotyczyć kampanii reklamowych prowadzonych w różnych mediach, których częścią integralną była kampania reklamowa w internecie o wartości nie mniejszej niż 50 tys. zł brutto ?*

### **Odpowiedź Zamawiającego:**

Referencje związane z kampaniami prowadzonymi w internecie o wartości minimum 50 tys. zł brutto, mają dotyczyć kampanii reklamowych prowadzonych tylko i wyłącznie w internecie, odpowiadając tym samym przedmiotowi zamówienia.

*Pytanie b) Czy Zamawiający przez przedmiot zamówienia rozumie „Przygotowanie i realizacja internetowej kampanii informacyjno-promocyjnej dedykowanej terenom inwestycyjnym wybranych gmin województwa kujawsko-pomorskiego” i referencje muszą dotyczyć stricte kampanii reklamowej promującej tereny inwestycyjne wybranych gmin w województwie kujawsko-pomorskim o wartości minimum 50 tys. zł brutto, czy mogą dotyczyć innych kampanii informacyjno-promocyjnych realizowanych w internecie?*

### **Odpowiedź Zamawiającego:**

Referencje muszą dotyczyć realizacji co najmniej 2 usług w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, odpowiadających realizacji kampanii informacyjno-promocyjnej w internecie, których wartość zamówienia wynosiła minimum 50 tys. zł brutto (niezależnie od tematyki kampanii).

2. *Czy Zamawiający w zapisie umowy dopuszcza inne niż wymienione w par. 5 rozliczenie za wykonanie przedmiotu umowy, czyli płatności w transzach np. miesięcznych za wykonane w danym miesiącu świadczenia?*

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Zamawiający nie dopuszcza innego sposobu rozliczenia za wykonanie przedmiotu umowy, niż opisany w par. 5 umowy.

3. *Czy Zamawiający będzie wymagał, oprócz wymaganych załącznikiem nr 5 wykazu usług, również wykazu osób realizujących przedmiot zamówienia? Jeśli tak to w jakiej formie?*

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Zamawiający nie będzie wymagał wykazu osób realizujących przedmiot zamówienia.

4. *W kampanii mają zostać użyte filmy promocyjne terenów inwestycyjnych Partnerów projektu (wg SOPZ punkt X/A/2). Czy Wykonawca otrzyma te filmy do wglądu na etapie przygotowania oferty? Czy koncepcja kreatywna ma być spójna graficznie i pod względem hasła z tymi filmami? Czy zaproponowane przez Wykonawcę hasło ma być jednolite z hasłem zawartym w filmach oraz czy Wykonawca będzie miał prawo i obowiązek ingerowania w filmy tak, by ujednolicić przekaz i zachować spójność koncepcji kreatywnej?*

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Filmy promocyjne dostępne są pod adresem: [https://www.youtube.com/watch?v=KrSZwrf3AVI&list=PLgZn6ec99pn7019Ci0kUfEADMXxeeI3\\_M&index=7](https://www.youtube.com/watch?v=KrSZwrf3AVI&list=PLgZn6ec99pn7019Ci0kUfEADMXxeeI3_M&index=7). Zaproponowana autorska koncepcja kreatywna, w tym hasło kampanii muszą nawiązywać do idei kampanii, o której mowa w SOPZ. Udostępnione filmy stanowią jedynie jedno z narzędzi promocyjnych i tematycznie są powiązane z ideą kampanii. Hasło stanowi kryterium oceny jakościowej, zatem tematycznie musi być zgodne z ideą kampanii. Hasło kampanii nie może być identyczne jak hasło zawarte w filmach promocyjnych. Wykonawca odwołując się do filmów promocyjnych musi stworzyć koncepcję kreatywną. Zamawiający na mocy obowiązujących umów licencyjnych do filmów promocyjnych nie dopuszcza ingerencji w filmy.

5. *Czy 1 punkt dodatkowy ujęty w SIWZ „Opis kryteriów i oceny ofert” pkt. 1.2 (dotyczący liczby unikalnych użytkowników) otrzymuje się za każdy 1 000 dodatkowych UU, czy za każde 7 000 UU (czyli za 1 000 na każdym z portali gminnych)? Innymi słowy max liczbę 50 punktów dodatkowych otrzyma się za dodatkowe 50 000 UU, czy za 350 000 UU?*

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Oferent otrzymuje 1 dodatkowy punkt za każdy 1 000 dodatkowych UU na każdym z portali gminnych (czyli 1 punkt za łącznie 7 000 UU). Max liczba punktów będzie obliczona wg wzoru z pkt XIII ppkt 1.2 SIWZ.

6. *W ofercie należy przedstawić liczbę unikalnych użytkowników oraz z jakich narzędzi zostaną oni pozyskani. Czy Zamawiający dopuszcza w trakcie trwania kampanii modyfikację narzędzi do pozyskiwania grupy odbiorców i ujęcie ich w raporcie w całości ze wszystkich zastosowanych narzędzi, w przypadku gdyby te wylistowane w ofercie gorzej działały w trakcie kampanii?*

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Zamawiający nie dopuszcza modyfikacji narzędzi podczas trwania kampanii w stosunku do narzędzi zaproponowanych przez Oferenta w Ofercie (zgodnych z pkt X lit. A SOPZ). Oferent może jedynie wydłużyć wykorzystywanie określonych w Ofercie narzędzi, jeśli założy to w harmonogramie (dodatkowy termin zastosowania danego narzędzia – pkt XIII ppkt 1.3 SIWZ), co podlega dodatkowemu premiowaniu Oferty. Zaproponowany w Ofercie harmonogram stanowić będzie integralną część umowy.

7. *Zwracam się z prośbą o udzielenie odpowiedzi w poniższym zakresie: Reklama w Google AdWords, w tym pozycjonowanie. – czy zamawiający poprzez pozycjonowanie rozumie działania SEO czy ma na myśli reklamę w wyszukiwarce?*

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Zamawiający pozostawia możliwość wyboru działania/ działań Wykonawcy w zakresie pozycjonowania, przy spełnieniu przez Wykonawcę warunków opisanych SOPZ.

*Przewodniczący Komisji Przetargowej*

*/-/ Olgierd Sobkowiak*