



POLSKA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA

Warszawa, 19.12.2018 r.

Numer postępowania 41/2018/BP  
BA.261.BP.22.2018.1

## Wykonawcy ubiegający się o udzielenie zamówienia

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego na obsługę graficzną Polskiej Organizacji Turystycznej.

### ODPOWIEDZI NA PYTANIA

Na podstawie art. 38 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2018 r. poz. 1986), Zamawiający przekazuje odpowiedzi na pytania, które wpłynęły od wykonawcy.

#### Pytanie 1

Czego dokładnie dotyczy sformułowanie „o połowę taniej” – podróży, zakwaterowania, zwiedzania atrakcji, wyżywienia? Wiemy, że we wcześniejszych akcjach POT współpracowała z PKP Intercity, czy mamy to uwzględnić w nowej akcji?

#### Odpowiedź 1

Do akcji Polska Zobacz Więcej – Weekend za pół ceny zgłaszają się różni partnerzy, oferujący różne usługi: hotelarskie, gastronomiczne, zwiedzanie itp. Wszyscy oni w weekend objęty akcją, oferują 50% zniżki.

#### Pytanie 2

Czy istnieje lista już potwierdzonych oferentów biorących udział w akcji, którymi moglibyśmy się posługiwać w komunikacji, np. muzeum w Wieliczce, zamek w Malborku, muzeum Czartoryskich w Krakowie, itp.? Gdzie dokładnie zwykły Kowalski zapłaci o połowę mniej?

#### Odpowiedź 2

To nie jest ważne z punktu widzenia komunikacji; Zamawiający nie skupia się na konkretnych obiektach, KV powinien informować o akcji ogólnie i zachęcać do rezerwacji ofert.

#### Pytanie 3

Termin akcji wiosennej jest inny w briefie – 8-10.03.2019 – i inny na stronie WWW akcji (15-17.03.2018). Czy możemy prosić o potwierdzenie?

#### Odpowiedź 3

Zamawiający informuje, że termin akcji wiosennej podany jest w briefie stanowiącym załącznik do opisu przedmiotu zamówienia.

#### Pytanie 4

Grupa docelowa jest określona jako potencjalni turyści. Jest też druga grupa docelowa – oferenci usług turystycznych – czy przekaz powinien uwzględniać również tę grupę? Czy ma być inny KV do oferentów?

ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa, Polska  
tel. +48 (22) 536 70 70, fax. +48 22 536 70 04, e-mail: [pot@pot.gov.pl](mailto:pot@pot.gov.pl)

Zagraniczne Ośrodki Polskiej Organizacji Turystycznej:

Amsterdam, Berlin, Bruksela, Wiedeń, Kijów, Londyn, Madryt, Moskwa, Nowy Jork, Paryż, Pekin, Rzym, Sztokholm, Tokio.

portale: [www.pot.gov.pl](http://www.pot.gov.pl); [www.polska.travel](http://www.polska.travel); [www.poland-convention.pl](http://www.poland-convention.pl); [www.aktualnosciturystyczne.pl](http://www.aktualnosciturystyczne.pl); [www.edenpolska.pl](http://www.edenpolska.pl);  
[www.pieknywschod.pl](http://www.pieknywschod.pl); [www.ppr.pot.gov.pl](http://www.ppr.pot.gov.pl); [www.zarabiajnaturystyce.pl](http://www.zarabiajnaturystyce.pl); [www.polskapodajdalej.pl](http://www.polskapodajdalej.pl)

**Odpowiedź 4**

W briefie podana jest tylko jedna grupa docelowa – turyści, Zamawiający nie kieruje komunikacji do oferentów.

**Pytanie 5, 6**

Czy nasze TG to są ludzie otwarci na podróże i zwiedzanie (turyści) – tylko potrzebują impulsu? Czy nasze TG to są ludzie, którzy są początkującymi turystami i potrzebują przekonania ich, że turystyka to jest coś, co może być przyjemne – nawet/zwłaszcza w weekend?

**Odpowiedź 5, 6**

Grupa docelowa jest bardzo szeroka;

Tak, Zamawiający chce dotrzeć do obu tych grup

**Pytanie 7**

Czyje jest obecne logo? Czy możemy z niego korzystać?

**Odpowiedź 7**

Zamawiający zaleca aby nie korzystać z logotypu PZW z kołami; Przedmiotem zamówienia jest zaprojektowanie logotypu akcji Polska Zobacz Więcej – Weekend za pół ceny.

**Pytanie 8**

Czy istniejące logo akcji ma być zmienione w formie kontynuacji przekazu obecnego czy całkowicie nowego podejścia?

**Odpowiedź 8**

Zamawiający oczekuje zupełnie nowego podejścia.

**Pytanie 9**

Czy można je wykorzystać do komunikacji akcji mocniej niż obecnie?

**Odpowiedź 9**

Tak, można je wykorzystać do komunikacji akcji mocniej niż obecnie.

**Pytanie 10**

Ponieważ akcja obejmuje tylko jeden weekend czy to oznacza, że kierujemy ją lokalnie tzn. nie wysyłamy ludzi b. daleko od miejsca zamieszkania (bo mało czasu na podróż) czy nie przejmujemy się tym i np. ludzi z Gdańska zapraszamy do odwiedzenia Krakowa?

**Odpowiedź 10**

Zamawiający informuje, że akcji nie kierujemy tylko lokalnie.

Wicedyrektor  
Departamentu Strategii i Marketingu

Renata Pawłowska-Maciak