



Warszawa, 07.03.2019 r.

Sprawa nr 16/4//2019/BP

**Wykonawcy ubiegający się
o udzielenie zamówienia**

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie otwartego konkursu ofert na przeprowadzenie konkursu internetowego skierowanego do studentów programu Erasmus+ w Polsce.

ODPOWIEDZI NA PYTANIA

Zamawiający przekazuje odpowiedzi na pytania, które wpłynęły od wykonawcy.

Pytanie 1

Proszę o wyjaśnienie, jakie elementy powinna zawierać oferta (tj. jakie załączniki powinny być do niej dołączone)?

W ogłoszeniu pkt 8.4) w lit. b) mowa o przykładowym harmonogramie postów na pierwszy tydzień akcji (FB i IG) oraz w lit. c) wstępnej koncepcji identyfikacji wizualnej.

Natomiast w pkt 7 mowa jest o kryteriach oceny, czyli przykładowym harmonogramie oraz o kryterium pn. „Prowadzenie konkursu”. Pierwsze z wymienionych kryteriów jest spójne z załącznikiem do oferty, o którym mowa w 8.4) lit b), natomiast występuje rozbieżność pomiędzy ww. zapisem a zapisem o konieczności dołączenia „wstępnej koncepcji identyfikacji wizualnej”. Tym bardziej, jeśli weźmie się pod uwagę składowe kryterium „Prowadzenie konkursu” (koncepcja prowadzenia LP, projekt nagród promocyjnych, koncepcja prowadzenia działań promujących konkurs).

W związku z powyższymi rozbieżnościami, proszę o precyzyjne wymienienie (wypunktowanie), jakie załączniki merytoryczne powinny zostać dołączone do oferty i co dokładnie każdy z nich powinien obejmować (zawierać)?

Odpowiedź 1

Zamawiający prostuje omyłkę pisarską i potwierdza, że w ogłoszeniu w pkt 8.4) w lit. c) zamiast wstępnej koncepcji identyfikacji wizualnej powinno być prowadzenie konkursu.

W związku z powyższym Zamawiający informuje, że do oferty powinny zostać dołączone następujące załączniki merytoryczne:

a) przykładowy harmonogram postów na pierwszy tydzień akcji (FB i IG).

- w sytuacji, gdy Wykonawca przedstawi przykładowy harmonogram postów na pierwszy tydzień akcji (FB i IG), z przykładowymi grafikami oraz treścią postów w języku polskim i angielskim może otrzymać maksymalnie 10 punktów;
- za nawiązanie w grafikach do KV Polskiej Organizacji Turystycznej oraz logo konkursu #ErasmusPolandTravel, Wykonawca może otrzymać maksymalnie 5 punktów;
- za kreatywność i stylistykę treści oraz poprawne tłumaczenia Wykonawca może otrzymać maksymalnie 5 punktów;

b) wstępna koncepcja identyfikacji wizualnej.

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

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; www.polska.travel; www.poland-convention.pl; www.aktualnosciturystyczne.pl; www.edenpolska.pl;
www.pieknywschod.pl; www.ppr.pot.gov.pl; www.zarabiajnaturystyce.pl; www.polskapodajdalej.pl

- koncepcja prowadzenia LP (landing page www.polska.travel/en/erasmuspolandtravel/) w nawiązanie do aktualnych i ostatnich działań prowadzonych przez POT np. „Turystyczne mistrzostwa blogerów”, „Na wsi najlepiej”, „Certyfikaty POT”. Ocenie podlegać będzie: spójność harmonogramu, dobór zdjęć i tematów w korelacji z działaniami POT – maksymalnie 10 punktów;
- projekt nagród promocyjnych dla uczestników. Ocenie podlegać będzie nawiązanie do KV Polskiej Organizacji Turystycznej i logo konkursu #ErasmusPolandTravel. Nowoczesność i użyteczność nagród. Sposób ich wykonania (jakość, estetyka) – maksymalnie 10 punktów;
- koncepcja prowadzenia działań promujących konkurs w Internecie w nawiązaniu do KV Polskiej Organizacji Turystycznej i logo konkursu #ErasmusPolandTravel. Ocenie podlegać będzie: opracowany plan działań oraz media plan uwzględniający grupę docelową; właściwy sposób scharakteryzowania specyfiki komunikacji kampanii i określenia taktyki działań; sposób w jaki mierzona będzie realizacja założonych celów (w tym częstotliwość dokonywania takich pomiarów), wskazać narzędzia i sposób ich wykorzystania; działania dodatkowe wykraczające poza OPZ – maksymalnie 20 punktów;

Jednocześnie Zamawiający dołącza do niniejszego pisma zmodyfikowany Formularz Ofertowy stanowiący Załącznik nr 2 do Ogłoszenia.

Pytanie 2

Ile postów ma zawierać przykładowy harmonogram na pierwszy tydzień akcji (dołączany do oferty i podlegający ocenie)?

W OPZ pkt 7 lit. d mowa o minimum 16 postach FB i 8 postach IG na całą akcję (2 miesiące tj. ok 8 tygodni), co daje przeciętnie 2 posty FB oraz 1 post IG na tydzień. Czy należy zatem rozumieć, że:

- łącznie w trakcie całej kampanii Wykonawca ma opracować min. 16 postów na Facebook oraz 8 postów na Instagram?

- harmonogram na potrzeby oferty ma zawierać łącznie 3 posty (2 na FB i 1 na IG)?

Odpowiedź 2

Zgodnie z OPZ pkt 7 lit. d Wykonawca powinien przygotować minimum 16 postów na FB i 8 postów na IG na całą akcję. Zamawiający przewiduje możliwość zwiększenia ilości postów w zależności od przebiegu akcji. Liczba postów może ulec zmianie na większą w przypadku braku efektywności działań kampanii do osiągnięcia całkowitego celu. Harmonogram na pierwszy tydzień akcji powinien zawierać łącznie 3 posty (2 na FB i 1 na IG).

Pytanie 3

Czy należy zaprojektować nowe logo konkursu #ErasmusPolandTravel czy zastosowanie ma znaleźć istniejący znak? Jeśli istniejący – prośba o jego udostępnienie oraz o udostępnienie KV Polskiej Organizacji Turystycznej, który ma być użyty w layoutach konkursowych.

Odpowiedź 3

Zamawiający nie przewiduje potrzeby zaprojektowania nowego logo konkursu #ErasmusPolandTravel. Logo dostępne jest na LP akcji pod adresem: <https://www.polska.travel/en/erasmuspolandtravel/>

Pytanie 4 Proszę o potwierdzenie, czy zapisy ogłoszenia należy rozumieć w ten sposób, że wykazy usług i osób nie są dołączane do oferty w momencie jej złożenia, lecz muszą zostać dostarczone Zamawiającemu już po merytorycznej ocenie, na wezwanie Zamawiającego i tylko wówczas, gdy oferta zostanie oceniona najwyżej (czyli de facto wykazy te składa jedynie zwycięzca konkursu ofert)?

Odpowiedź 4

Zamawiający potwierdza, że wykazy usług i osób nie są dołączane do oferty w momencie jej złożenia. Zgodnie z zapisem pkt 5 ppkt 3 Ogłoszenia o otwartym konkursie Zamawiający przed

udzieleniem zamówienia, wezwie wykonawcę, którego oferta została najwyżej oceniona, do ich złożenia.

Pytanie 5

Landing page konkursu:

- a) jakie są zadania Wykonawcy odnośnie do LP: czy ma zostać stworzona od nowa / od podstaw (z nową strukturą, nowym layoutem)? Czy Wykonawca ma wykorzystać istniejącą LP i otrzyma w związku z tym od Zamawiającego odpowiednie dostępy / uprawnienia oraz narzędzia z poprzedniej edycji (jak np. formularz zgłoszeniowy dla uczestników)? Czy jeśli wszystko ma się oprzeć na istniejącej LP, to ma ona zostać zmodyfikowana / odświeżona?

Odpowiedź 5a Zamawiający nie przewiduje potrzeby stworzenia od nowa LP akcji. Zamawiający daje możliwość modyfikacji istniejącego LP akcji po ówczesnym uzyskaniu zgód do jego modyfikacji. Wykonawca otrzyma od Zamawiającego odpowiednie dostępy/uprawnienia do zarządzania LP akcji. Wykonawca musi przygotować i przystosować do LP akcji odpowiedni formularz zgłoszeniowy dla uczestników konkursu.

- b) Obecnie istniejąca strona jest w języku angielskim, tymczasem w dokumentacji konkursu mowa o jego przeprowadzeniu po polsku i angielsku jednocześnie; czy w związku z tym należy uzupełnić LP o wersję polskojęzyczną?

Odpowiedź 5b Zamawiający przewiduje prowadzenie działań w języku polskim i angielskim w przypadku działań w SM i materiałów drukowanych. Wersja LP akcji będzie prowadzana w języku angielskim.

- c) czy istnienie na LP zakładki „Read & See” jest obowiązujące czy też to, czy ona znajdzie się na LP nowej edycji konkursu zależy od koncepcji kreatywnej Wykonawcy?

Odpowiedź 5c Istnienie zakładki „Read & See” jest obowiązujące. Prowadzenie tej zakładki powinno zależeć od koncepcji Wykonawcy w nawiązanie do aktualnych i ostatnich działań prowadzonych przez POT.

- d) czy Zamawiający określa kwestię formularza zgłoszeniowego na LP – czy ma on być dostępny publicznie na stronie?

Odpowiedź 5d Formularz zgłoszeniowy dla uczestników konkursu powinien być dostępny publicznie na stronie i powinien zostać stworzony w taki sposób aby wspomagać realizację konkursu. Jego używanie powinno być jak najbardziej ergonomiczne i intuicyjne.

Pytanie 6

Wśród działań mających na celu rozpowszechnienie konkursu mowa o plakatach A3 - 300 szt. po 2 szt. na jedną uczelnię, z czego wynika, że należy je skierować do 150 uczelni, Czy Zamawiający przekaze w związku z tym Wykonawcy bazę 150 uczelni, do których należy wysłać plakaty?

Odpowiedź 6

Wykonawca powinien sam zdobyć bazę uczelni, które aktualnie prowadzą w ramach swoich działań program Erasmus+.

Pytanie 7

W jakich kategoriach ma być przeprowadzony konkurs? Czy te, które wskazano w OPZ (aktywna, wiejska, miejska, kulinarna) są tylko przykładowe (i Wykonawca może / powinien zaproponować swoje) czy bezwzględnie obowiązujące? Czy w ramach swojej koncepcji kreatywnej Wykonawca może zaproponować więcej niż 4 kategorie konkursowe?

Odpowiedź 7

Zaproponowane w OPZ kategorie konkursu są przykładowymi i od Wykonawcy, i jego koncepcji zależeć będzie końcowy wybór tych kategorii.

Pytanie 8. Jaki sposób pomiaru KPI w postaci dotarcia do 6000 zagranicznych studentów Erasmus+ w Polsce przewiduje Zamawiający? Dostępne narzędzia reklamowe i analityczne nie pozwalają w sposób jednoznaczny i nie budzący wątpliwości wyodrębnić tak wąsko

zdefiniowanej grupy, a równocześnie projekt umowy przewiduje kary w znacznej wysokości w przypadku, gdyby ten KPI nie został osiągnięty.

Czy liczba 6000 odnosi się łącznie do zasięgu poprzez FB i IG?

Odpowiedź 8

Wykonawca powinien precyzyjnie targetować do grup studentów programu Erasmus+ w Polsce. Oprócz wskazanych grup otwartych i zamkniętych skupiających studentów programu Erasmus+ w Polsce, Zamawiający zakłada również, że Wykonawca podejmie kontakt i współpracę z uczelniami, które skupiają tę grupę docelową oraz instytucjami, które współpracują w ramach tego programu w celu rozpowszechniania informacji o tym konkursie. Po zakończeniu akcji Wykonawca powinien przedstawić raport z analizą dotarcia do takiej grupy.

Wskaźnik 6 000 odnosi się do dotarcia do takiej liczby osób w ramach programu Erasmus+.

Pytanie 9. Zamawiający określa termin akcji na 21 marca – 21 maja. Czy należy przez to rozumieć okres trwania samego konkursu (tj. czas na wykonanie zadanie konkursowego przez uczestników) czy łączny czas obejmujący wszelkie czynności organizacyjne (przygotowanie konkursu i materiałów, prace jury, wysyłka nagród itp. itd.)?

Odpowiedź 9

Termin akcji od 21 marca do 21 maja dotyczy ściśle czasu trwania konkursu.

Pytanie 10

W pkt 7 lit. l) OPZ wskazane jest – jako obowiązek Wykonawcy – zebranie min. 4 wypowiedzi uczestników na temat tego, co mu się najbardziej podoba w Polsce w aspekcie turystycznym. Czy Zamawiający określa, w jakiej formie mają zostać zebrane takie wypowiedzi (np. pisemne albo nagranie video) czy też forma jest dowolna, do określenia przez Wykonawcę?

Odpowiedź 10

Zamawiający nie określa w jakiej formie mają zostać zebrane wypowiedzi uczestników konkursu. Natomiast wypowiedzi te powinny zostać udokumentowane i nie powinny budzić zastrzeżeń co do ich autentyczności.

Pytanie 11. Czy łączna wartość nagród (6000 zł brutto) to wartość obowiązująca czy np. minimum albo maksimum, a Wykonawca – zgodnie ze swoją koncepcją kreatywną – może w przeznaczyć na nagrody więcej lub mniej, zależnie od pomysłu na przeprowadzenie konkursu?

Odpowiedź 11

Wartość nagród 6 000 zł brutto to wartość jaką zakłada Zamawiający. Wykonawca ma prawo przeznaczyć na nagrody inną nie mniejszą jednak niż 6 000 zł kwotę w zależności od pomysłu na przeprowadzenie konkursu.

Zamawiający:
Polska Organizacja Turystyczna
ul. Chałubińskiego 8
00 – 613 Warszawa

FORMULARZ OFERTOWY

Nazwa i adres podmiotu składającego ofertę:

.....

Adres, na który Zamawiający powinien przesyłać ewentualną korespondencję:

.....

Osoba wyznaczona do kontaktów z Zamawiającym:

nr tel.: e-mail

Odpowiadając na Ogłoszenie dotyczące konkursu ofert na **przeprowadzenie konkursu internetowego skierowanego do studentów programu Erasmus+ w Polsce**, zgodnie z wymogami zawartymi w Ogłoszeniu, oferuję wykonanie przedmiotu zamówienia za:

Cena netto:

..... zł

(słownie złotych:);

Podatek VAT

..... zł

(słownie złotych:);

Cena brutto:

..... zł

(słownie złotych: brutto);

Oświadczamy, że:

1. zapoznaliśmy się z warunkami podanymi przez Zamawiającego w Ogłoszeniu i nie wnosimy do nich żadnych zastrzeżeń, uzyskaliśmy wszelkie niezbędne informacje do przygotowania oferty i wykonania zamówienia, a także akceptujemy wzór umowy oraz termin realizacji przedmiotu zamówienia podany przez Zamawiającego.
2. jesteśmy zarejestrowani w, aktualny dokument rejestracyjny można uzyskać pod adresem:
3. w przypadku udzielenia nam zamówienia zobowiązujemy się do zawarcia umowy w miejscu i terminie wskazanym przez Zamawiającego.

4. wypełniliśmy obowiązki informacyjne przewidziane w art. 13 lub art. 14 RODO, wobec osób fizycznych, od których dane osobowe bezpośrednio lub pośrednio pozyskaliśmy w celu ubiegania się o udzielenie zamówienia publicznego w niniejszym postępowaniu.
5. do niniejszej oferty załączamy następujące dokumenty:
 - oświadczenie w zakresie spełniania warunków udziału w postępowaniu,
 - przykładowy harmonogram postów na pierwszy tydzień akcji (FB i IG)
 - wstępna koncepcja identyfikacji wizualnej
 -

....., dn.

.....
(podpis uprawnionego
przedstawiciela Wykonawcy)