



Warszawa, 16.09.2022 r.

DAF.261.ML.12.2022.1

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie podstawowym bez możliwości przeprowadzenia negocjacji na *Przygotowanie i realizację kampanii promocyjnej Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie w kontekście kraju - gospodarza Igrzysk Europejskich 2023, nr sprawy 12/2022/ML*

Działając na podstawie art. 284 ust. 6 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2022 r. poz. 1710.) - zwanej dalej „ustawą Pzp”, Zamawiający przekazuje poniżej treść pytań dotyczących Specyfikacji Warunków Zamówienia (dalej „SWZ”).

Pytanie Nr 1

Czy istnieje możliwość przesłania pliku z elementami identyfikacji wizualnej POT oraz IE niezbędnymi do przygotowania projektu LP?

Odpowiedź

Zamawiający udostępnia w załączeniu księgę znaku Igrzysk Europejskich 2023 wraz z logotypami oraz zasady stosowania identyfikacji wizualnej POT.

Pytanie Nr 2

Czy znany jest budżet jaki przeznaczą Państwo na tę kampanię?

Odpowiedź

Zgodnie z art. 222 ust. 4 ustawy Pzp, Zamawiający najpóźniej przed otwarciem ofert, udostępnia na stronie internetowej prowadzonego postępowania informację o kwocie jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia.

Pytanie Nr 3

Czy Zamawiający udostępni Wykonawcy zestawienie najważniejszych szlaków turystycznych do interaktywnej mapy wraz z ich przebiegiem w cyfrowym formacie GPX?

Odpowiedź

Zamawiający nie posiada zestawienia najważniejszych szlaków turystycznych do mapy w formacie GPX ani w żadnym innym formacie. Wszelki research w zakresie contentu leży po stronie Wykonawcy.

Pytanie Nr 4

Czy Zleceniodawca dysponuje informacjami na temat najważniejszych szlaków, które chciałby umieścić na mapie i czy dostarczy te informacje Wykonawcy?

Odpowiedź

Zamawiający nie posiada gotowych materiałów dotyczących najważniejszych szlaków, które powinny znaleźć się na mapie. Zamawiający może udzielić Wykonawcy wskazówek merytorycznych. Zasadniczo Wykonawca we własnym zakresie powinien przygotować informacje na temat szlaków i stworzyć atrakcyjny content na landing page.

Pytanie Nr 5

Czy Zamawiający dopuszcza spełnienie założeń związanych z kampanią display również w formie reklam Google Ads na wymienionych w SWZ portalach internetowych, czy wymagany jest zakup powierzchni reklamowych wyłącznie u ich wydawców?

Odpowiedź

Zamawiający dopuszcza emisję kampanii za pośrednictwem Google Ads.

Pytanie Nr 6

Jeśli dopuszczalne jest uwzględnienie w powyższym obszarze działań Google Ads, czy należy zastosować się tu do np. kryteriów związanych z podziałem procentowych uzyskanego zasięgu w ramach poszczególnych form (Google Ads/wydawca)?

Odpowiedź

Wykonawca powinien dołożyć wszelkiej staranności, aby zapewnić możliwie najefektywniejszą emisję kampanii Google Ads w poszczególnych formach.

Pytanie Nr 7

Czy Zamawiający dopuszcza realizację zadania 2.2 emisji artykułów sponsorowanych z atrybutem nofollow? A jeśli nie – czy w przypadku braku możliwości zapewnienia atrybutów dofollow przez portale internetowe zgodne z rankingiem cytowalności Instytutu Monitorowania Mediów dopuszczalne jest zapewnienie emisji na innych portalach spełniających warunek zasięgu 200 000 unikalnych użytkowników miesięcznych?

Odpowiedź

Zamawiający nie dopuszcza realizacji emisji artykułów sponsorowanych z atrybutem nofollow. W przypadku braku takiej możliwości Zamawiający może wyrazić zgodę na publikację na innych portalach spełniających warunek zasięgu 200 000 unikalnych użytkowników miesięcznie.

Pytanie Nr 8

W jakiej formie należy przesłać element oferty – projekt graficzny landing page'a? Czy ma to być klikalna makieta dostępna pod wskazanym przez Wykonawcę linkiem, czy dopuszczalne jest przesłanie tego elementu oferty w formie plików graficznych?

Odpowiedź

Zamawiający wymaga dostarczenia przez Wykonawcę projektu landing page w formie plików graficznych. Zamawiający dopuszcza przygotowanie dodatkowo przez Wykonawcę klikalnej makiety. Projekt graficzny jest obowiązkowo, a makieta opcjonalnie.

Pytanie Nr 9

Czy na interaktywnej mapie wymagane jest przedstawienie dokładnych ścieżek wybranych szlaków, czy wystarczy ich przybliżone umiejscowienie wraz z opisem szlaku dostępnym po kliknięciu w punkt na mapie? (przykład: <https://www.polska.travel/pl/szlaki/biebrzanska-petla> lub inne dostępne w wyszukiwarce: <https://www.polska.travel/pl/atrakcje-turystyczne/szlaki>)

Odpowiedź

Ze względu na ograniczony czas na realizację zlecenia Zamawiający dopuszcza zamieszczenie przybliżonego umiejscowienia szlaku na mapie.

Pytanie Nr 10

Pytanie dotyczy fragmentu w zadanie 2.2. - cykl artykułów sponsorowanych: "każdy materiał musi znajdować się na stronie głównej portalu przez co najmniej 2 dni" – każdy z portali, który mieści się w definicji rankingu IMM na stronie głównej ma jedynie zajawki i najczęściej artykuł podwieszony jest w konkretnej kategorii serwisu. Jakie jest ryzyko stwierdzenia niewykonania tego zadania mając to na uwadze?

Odpowiedź

Zamawiający uzna za warunek spełniony w przypadku umieszczenia zajawki na stronie głównej z linkiem do docelowego artykułu.

Pytanie Nr 11

Pytanie uszczegółowiające zadanie 2.2 dotyczące oceny poszczególnych świadczeń jako % in total – w wolnym tłumaczeniu, jeśli dostarczone zostaną liczby w postaci UU, ale z powodu np. braku miejsca na stronie głównej nie pojawi się zajawka artykułu to jaki to będzie % niezrealizowanych świadczeń?

Odpowiedź

W przypadku braku zajawki artykułu na stronie głównej Zamawiający uzna za nie wykonanie zadania przez Wykonawcę.

Pytanie Nr 12

Czy 12 artykułów, które Wykonawca ma zamieścić na landing page to będą te same artykuły (również 12), które Wykonawca ma opublikować na różnych portalach?

Odpowiedź

Zamawiający wymaga innych artykułów na landing page i innych w ramach emisji na różnych portalach.

Pytanie Nr 13

Prośba o uściślenie podanych przez Zamawiającego wytycznych dotyczących interaktywnej mapy.

W związku z krótkim terminem realizacji niemożliwe będzie przygotowanie mapy zbiorczej z dokładnymi ścieżkami najważniejszych szlaków w tak szerokim zakresie (szlaki rowerowe, kajakowe, żeglarskie, nizinne, górskie oraz kulinarne). Wielu z tych szlaków nie da się dokładnie pokazać na zbiorczej mapie, ponieważ składają się rozproszonych punktów (np. szlaki kulinarne, Zachodniopomorski Szlak Żeglarski, itp.)

Dlatego w naszej opinii zasadnym jest, aby interaktywna mapa składała się wyłącznie z ogólnych lokalizacji wybranych szlaków, bez pokazania ich dokładnego przebiegu. Opcjonalnie przebieg szlaku byłby dostępny jako plik graficzny lub widget mapowy z zewnętrznego systemu, z zastrzeżeniem, że przebieg szlaku jest możliwy do pobrania z wiarygodnego źródła. W przypadku braku wiarygodnego źródła co do konkretnego szlaku Zamawiający poda to źródło. Prosimy o potwierdzenie takiego uzgodnienia.

Odpowiedź

Ze względu na ograniczony czas na realizację zlecenia Zamawiający dopuszcza zamieszczenie przybliżonego umiejscowienia szlaku na mapie lub widgetu z zewnętrznego systemu mapowego.

Dyrektor
Departamentu Marketingu


Magdalena Krucz