



Warszawa, 16.09.2022 r.

DAF.261.ML.12.2022.2

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 14**

*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 15**

*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 16**

*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 cytawalności 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 17**

*Czy w ramach emisji artykułów sponsorowanych należy spełnić konkretne KPI dotyczące liczby UU tych artykułów? Jeśli tak, ile ona wynosi?*

**Odpowiedź**

Zamawiający nie wymaga od Wykonawcy osiągnięcia określonych wskaźników sukcesu (KPI dot. UU) w zakresie artykułów sponsorowanych. Jednakże Wykonawca powinien osiągnąć wskaźniki, które zadeklaruje w ofercie.

**Pytanie Nr 18**

*W jakiej formie należy przesłać element oferty – projekt graficzny landing page'a? Czy ma to być kilkana 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 19**

*Czy udostępniają Państwo brandbook logo Igrzysk Europejskich 2023, aby przygotować projekt graficzny zgodnie z jego identyfikacją wizualną?*

**Odpowiedź**

Zamawiający udostępnił księgę znaku Igrzysk Europejskich 2023 wraz z logotypami (w załączeniu do poprzednich odpowiedzi na pytania Wykonawców).

Zastępca Dyrektora  
Departamentu Marketingu  
  
Krzysztof Steiman