



URZĄD MIEJSKI W GDAŃSKU
BIURO ZAMÓWIEŃ PUBLICZNYCH

BZP.271.12.2017.KB

Gdańsk, dnia 11 kwietnia 2017 roku

WYKONAWCY

dotyczy: przetargu nieograniczonego na „Realizację kampanii promocyjnej Gdańska na rynkach zagranicznych” (sygn. BZP.271.12.2017.KB)

Działając na podstawie art. 38 ustawy Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity: Dz. U z 2015 roku, poz. 2164 ze zm.) Zamawiający informuje, że wpłynęły pytania dot. w/w postępowania, na które Zamawiający udziela następujących odpowiedzi:

Pytanie 3:

W poszczególnych punktach występują różnice w wymienionych krajach docelowych kampanii (np. działanie influencerów kraje Wlk. Bryt, Irlandia, Niemcy, kampania AdWords Szwecja, Norwegia, Dania Niemcy). Czy jest to zamierzone? Jak ściśle mamy traktować te wytyczne? Prosiłabym o potwierdzenie listy krajów - ewentualnie dla poszczególnych działań.

Odpowiedź:

Różnice w poszczególnych krajach-rynkach docelowych kampanii w poszczególnych działaniach są zamierzone, obowiązujące i należy je traktować w sposób ścisły. Wszystkie zapisy w SIWZ, w tym listy krajów dotyczące konkretnych działań, również należy tak traktować.

Pytanie 4:

Prosiłabym o doprecyzowania zadania związanego z Lonely Planet. Czy obejmuje ono tylko dostarczenie materiałów /koordynację czy też zakup? Z opisu Państwa wynika że częściowo Państwo już współpracują/mają relacje z tym portalem. Prosiłabym o komplet informacji na ten temat.

Odpowiedź:

Działanie to obejmuje podpisanie przez Wykonawcę stosownej umowy z portalem Lonely Planet na podstawie otrzymanej oferty, dostarczenie wszelkich materiałów w wskazanym terminie, zakup mediów, koordynację przebiegu kampanii na portalu i jej rozliczenie finansowe. Zamawiający przekaze Wykonawcy wszelkie niezbędne informacje w odpowiednim terminie.

Pytanie 5:

Czy mają Państwo doświadczenie/relacje z platformą Indahash? Czy możemy zasugerować także inne opcje współpracy z influencerami?

Odpowiedź:

Przedmiot zamówienia obejmuje wszystkie działania wskazane w SIWZ w określonej formie, w tym działania dotyczące współpracy z influencerami za pomocą platformy Indahash.

Pytanie 6:

Czy mają Państwo już ustaloną listę *key words* do google search? Co mają Państwo konkretnie na myśli mówiąc o targetowaniu behawioralnym w wyszukiwarce?

Odpowiedź:

Lista *key words* do wyszukiwarki Google nie jest jeszcze ustalona. Mówiąc o targetowaniu behawioralnym w wyszukiwarce Zamawiający oczekuje segmentowania grupy odbiorców w związku z ich zachowaniem i aktywnością w Internecie, istotnymi dla zrealizowania celów marketingowych kampanii.

Pytanie 7:

Brief kreatywny dla Wykonawcy: Warunki brzegowe kampanii – "Budżet maksymalnie 500.000 zł brutto".



Czy mogą Państwo określić minimalny budżet kampanii? Istnieje szansa, że otrzymają Państwo bardzo oddalone od siebie propozycje cenowe. Wynika to z faktu, że tańszy koszt można uzyskać proponując większą kampanię SEO, dzięki której można wygenerować wymagane 4 000 000 kontaktów, niż współpraca z influencerami. Oferenci mogą zatem zaproponować minimalną współpracę w zakresie influencer marketing, co jakościowo będzie dla Państwa gorszym rozwiązaniem.

Odpowiedź:

Zamawiający nie będzie określał minimalnego budżetu kampanii. Zamawiający zgodnie z ustawą *Prawo zamówień publicznych* ustala wartość zamówienia na podstawie całkowitego szacunkowego wynagrodzenia Wykonawcy.

Pytanie 8:

Brief kreatywny dla Wykonawcy: Warunki brzegowe kampanii – „Kluczowe media elektroniczne (portale i strony) o profilu turystycznym i kulturalnym z wybranych 3 rynków geograficznych (spersonalizowana, dedykowana wysyłka kreatywna do redakcji)”

Czy 3 rynki geograficzne, o których mowa, to Wlk. Brytania, Irlandia, Niemcy (jak przy influencer marketing)?

Odpowiedź:

Rynki geograficzne, o których mowa w pkt. 12 Briefu kreatywnego dla Wykonawcy („Warunki brzegowe kampanii”) to rynki, o których mowa w pkt. 8 Briefu („Grupa docelowa”), tj.:

- 1) Wlk. Brytania + Irlandia
- 2) Niemcy
- 3) Norwegia + Szwecja + Dania

Pytanie 9:

Brief kreatywny dla Wykonawcy: Warunki brzegowe kampanii – „Zdjęcia miasta i filmy – wybrane specjalnie na potrzeby kampanii, dostosowane do formatu Instagrama”

Czy zdjęcia i filmy, o których mowa ma dostarczyć Wykonawca? Jeśli tak w jakich ilościach i jaka jest specyfikacja (przykład – zdjęcia: sesja zdjęciowa raz w miesiącu (czerwiec-listopad), 30 zdjęć z każdej sesji, 300 dpi, obróbka, zdjęcia w rozdzielczości min. 3000 krótszy bok, formaty jpg i .raw)?

Odpowiedź:

Zgodnie z treścią pkt. 15 Briefu kreatywnego dla Wykonawcy („Zadania dla Zamawiającego”) zdjęcia i filmy do działań z wykorzystaniem influencerów na Instagramie zostaną dostarczone przez Zamawiającego.

Pytanie 10:

Brief kreatywny dla Wykonawcy: Zadania dla Wykonawcy – „Stworzenie (we współpracy z Zamawiającym) podstrony z jesienną ofertą dla turystów weekendowych z wybranych zagranicznych rynków geograficznych (na wskazanym portalu turystycznym miasta, w wersjach językowych dla wskazanych rynków geograficznych) oraz zintegrowanie jej z aplikacjami miejskimi i Footsteps oraz kanałami social media miasta + odpowiednie spozycjonowanie strony (SEO) w wyszukiwarce Google”. Na jakie języki Wykonawca ma przetłumaczyć treści na stronie? Angielski i niemiecki? Czy Zamawiający może oszacować liczbę znaków, które będzie należy przetłumaczyć? Zależna jest od tego wycena tłumacza.

Odpowiedź:

Wykonawca ma przetłumaczyć treści na języki krajów należących do rynków geograficznych, do których kierowana jest kampania (patrz: odpowiedź na pytanie 8). Liczba znaków nie jest w tej chwili możliwa do oszacowania.



Pytanie 11:

SIWZ: Rozdział 1, pkt. I, ust. 3: „Wykonawca wraz z ofertą zobowiązany jest do złożenia koncepcji kreatywnej kampanii i key visuali” Czy sformułowanie „złożenia koncepcji kreatywnej kampanii” oznacza, że oczekują Państwo na etapie ofertowania wyłącznie OPISU koncepcji, bez przygotowywania przykładowych projektów key visuali? Czy brak w ofercie przykładów nie wpłynie na ocenę koncepcji kreatywnej?

Odpowiedź:

Przez „koncepcję kreatywną kampanii i key visuali” Zamawiający rozumie zarówno opis słowny koncepcji, jak i będące jego rozwinięciem wstępne, koncepcyjne key visuelle, umożliwiające Zamawiającemu dokonanie ich oceny według podanych w ogłoszeniu kryteriów.

Pytanie 12:

SIWZ: Rozdział 1, pkt. I, ust. 4: „Stworzenia we współpracy z Zamawiającym podstrony www z jesienną ofertą dla turystów weekendowych z wybranych rynków geograficznych (na wskazanym portalu turystycznym Zamawiającego, w odpowiednich wersjach językowych) oraz zintegrowanie jej z aplikacjami miejskimi i Footsteps oraz kanałami mediów społecznościowych Zamawiającego, a także odpowiednie spozycjonowanie strony (SEO) w wyszukiwarce Google”

Z jakimi kanałami social media Zamawiającego będzie trzeba zintegrować stronę? Czy Wykonawca będzie również odpowiedzialny za prowadzenie działań w social media Zamawiającego? Jeśli tak to jakie kanały będą podlegać moderacji (Facebook, Instagram czy inne)?

Odpowiedź:

Strona będzie zintegrowana z profilami Zamawiającego na Facebooku, Twitterze i Instagramie (a także ewentualnie z innymi profilami wskazanymi przez Zamawiającego). Do zadań Wykonawcy nie będzie należało prowadzenie bezpośrednich działań na tych profilach ani pełnienie roli ich administratora.

Pytanie 13:

SIWZ: Rozdział 1, pkt. I, ust. 5: „Koncepcja i przeprowadzenie spersonalizowanej, dedykowanej wysyłki kreatywnej (PR) do redakcji kluczowych mediów elektronicznych o profilu turystycznym i kulturalnym z wskazanych rynków geograficznych” Czy w ramach opisu koncepcji kreatywnej mamy zawrzeć propozycję wysyłki kreatywnej czy wyłącznie zadeklarować jej realizację?

Odpowiedź:

Zadanie Wykonawcy będzie polegać zarówno na opracowaniu koncepcji wysyłki kreatywnej (treści, formie, sposobu dystrybucji etc.) oraz jej realizacji.

Pytanie 14:

SIWZ: Rozdział 3, ust. 4: „wykazu usług wykonanych w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wraz z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których usługi zostały wykonane, oraz załączeniem dowodów określających czy te usługi zostały wykonane należycie - wg załączonego wzoru – załącznik nr 3 do SIWZ”

Brak załącznika nr 3 do SIWZ, czy Zamawiający miał na myśli załącznik nr 2?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że na podstawie art. 38 ust. 4 ustawy Prawo zamówień publicznych dokonuje poprawienia oczywistej omyłki pisarskiej poprzez **dokonanie zmiany SIWZ** w następujący sposób:

- w Rozdziale 3 Wykaz oświadczeń lub dokumentów, potwierdzających spełnianie warunków udziału w postępowaniu oraz brak podstaw do wykluczenia, w ust.4 pkt 1):



JEST:

- załącznik nr 3 do SIWZ

WINNO BYĆ:

- załącznik nr 2 do SIWZ

Pytanie 15:

SIWZ: Rozdział 3

Czy oprócz dołączonych załączników do Oferty i SIWZ oraz dokumentów firmowych typu KRS Wykonawca musi dołączyć do oferty:

- a. Podpisany Wzór Umowy?
- b. Uzupełniony i podpisany Formularz cenowy stanowiący Załącznik nr 4 do umowy?
- c. Opis koncepcji kreatywnej kampanii i key visuali zamieszczony jako kontynuacja dokumentu "Wzór Oferty"?

Odpowiedź:

Zamawiający na podstawie art. 24aa ustawy Prawo zamówień publicznych poinformował Wykonawców w ust. 8 Rozdziału 2, że najpierw dokona oceny ofert, a następnie zbada, czy Wykonawca, którego oferta została oceniona jako najkorzystniejsza nie podlega wykluczeniu oraz spełnia warunki udziału w postępowaniu.

W związku z powyższym Zamawiający wskazał w Rozdziale 3 ust 1 i 2, że **Wykonawca składa wraz z ofertą** aktualne na dzień składania ofert **oświadczenia:**

- 1) dotyczące spełniania warunków udziału w postępowaniu wg wzoru - Załącznik Nr 1 do oferty
- 2) dotyczące przesłanek wykluczenia z postępowania wg wzoru – Załącznik Nr 2 do oferty.

Jednocześnie zgodnie z Rozdziałem 1 Opis przedmiotu zamówienia ust. I pkt 3 **Wykonawca wraz z ofertą** zobowiązany jest do złożenia **koncepcji kreatywnej kampanii i key visuali.**

Pytanie 16:

Czy możemy prosić o przesłanie pełnego wykazu dokumentów, które mają wchodzić w skład Oferty? Niestety SIWZ nie definiuje ich jednoznacznie.

Odpowiedź:

Jak w odpowiedzi na pytanie 15.

Powyższe wyjaśnienia winny stać się integralną częścią specyfikacji istotnych warunków zamówienia i Wykonawcy zobowiązani są uwzględnić je przy sporządzaniu oferty.

Jednocześnie, Zamawiający informuje, że **termin składania ofert pozostaje bez zmian tj.:** do dnia 14.04.2017 r. do godz. 12:00. Otwarcie ofert nastąpi tego samego dnia o godz. 12:30.

Z poważaniem,

DYREKTOR
BIURA ZAMÓWIEŃ PUBLICZNYCH

Marek Komorowski