



DPR-III-4-1.434.4.2.2023

Poznań, 12 maja 2023 r.

Strona internetowa prowadzonego postępowania

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego, prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego pn.: „**Realizacja kampanii komunikacyjnej o szerokim zasięgu dotyczącej Funduszy Europejskich dla Wielkopolski**”

WYJAŚNIENIA ORAZ ZMIANA TREŚCI SWZ, ZMIANA OGŁOSZENIA O ZAMÓWIENIU W ZAKRESIE TERMINÓW

Zamawiający informuje, iż do ww. postępowania zostały złożone pytania. W związku z powyższym, działając na podstawie art. 135 ust. 1, 5 i 6, art. 137 ust 1, 2, 4, 5 i 6 ora art. 90 ust. 1 ustawy z 11 września 2019 roku – Prawo zamówień publicznych (Dz. U. 2022r., poz. 1710 ze zm.) zwanej dalej ustawą Pzp, pomimo że wnioski o wyjaśnienie treści SWZ zostały złożone przez Wykonawców po upływie terminu na zadawanie pytań, Zamawiający przekazuje treść zapytań wraz z wyjaśnieniami, a także przedłuża terminy składania i otwarcia ofert oraz termin związania ofertą.

Pytanie 1:

W związku z zapisami OPZ, rozdział VII, pkt 1-2 oraz rozdz. VIII, punkt 19, od ppkt 17.1 – czyli dot. prowadzenia i KPI dla SoMe:

W przypadku każdej z platform mamy zadanie polegające na wygenerowaniu określonej liczby reakcji pod każdym z postów/ tweetów/reelsów. Nie określono jednak, jaka jest wymagana minimalna liczba postów/wpisów na poszczególnych kanałach. Bez tej informacji nie można estymować budżetów na działania płatne oraz na działania prowadzenia i moderacji na kanałach SoMe. Prosimy o określenie wymaganej liczby postów/wpisów itp. dla poszczególnych kanałów – tygodniowo lub miesięcznie.

Odpowiedź:

Zamawiający celowo nie wskazywał minimalnej liczby postów/wpisów na poszczególnych kanałach, ponieważ kluczowe znaczenie ma jakość i efektywność tych postów, a nie ich liczba.

Zgodnie z zapisami OPZ - rozdz. VII, pkt 1 na Wykonawcy będzie spoczywał obowiązek opracowywania z tygodniowym wyprzedzeniem planu komunikacji na kolejne siedem dni. Plan komunikacji będzie zawierał np. propozycje tematów postów i instastories oraz proponowane daty i godziny publikacji, które w ocenie Wykonawcy wpłyną na zwiększenie zasięgów poszczególnego wpisów. Szczegółowe zasady planowania i tworzenia postów w mediach społecznościowych (opisane w OPZ - rozdz. VII, pkt 1 i 2) będą na bieżąco ustalane pomiędzy Stronami.

Oznacza to, że ilość postów, instastories, rolek będzie zależała od bieżącego kontentu (np. ogłaszanych naborów wniosków, konkursów, imprez, konferencji, szkoleń dla beneficjentów itp.). Wykonawca powinien osiągnąć kluczowe wskaźniki efektywnościowe w mediach społecznościowych zgodnie z OPZ – rozdział VIII, pkt 19 i w zależności od zasięgów, tematów, grup docelowych planować płatną promocję. Wychodząc jednak naprzeciw oczekiwaniom Wykonawców Zamawiający wprowadza minimalne liczby postów/wpisów na poszczególnych kanałach.

Wobec powyższego w OPZ - rozdz. VII, w pkt. 1 dodaje się ppkt. 1.1.14 o następującym brzmieniu:





1.1.14 Minimalna liczba postów/ wpisów w poszczególnych kanałach jest następująca:

1.1.14.1 Minimalna ilość postów na FB to 6 tygodniowo,

1.1.14.2 Minimalna ilość postów na Instagramie to 6 tygodniowo, minimalna ilość aktywności typu instastories 3 tygodniowo, minimalna ilość reelsów 1 tygodniowo,

1.1.14.3 Minimalna ilość postów na LinkedIn 3 tygodniowo,

1.1.14.4 Minimalna ilość postów na Twitterze to 5 tygodniowo,

1.1.14.5 Minimalna ilość publikacji na YouTube to 3 w miesiącu.

Pytanie 2:

W odniesieniu do OPZ, rozdział VII, pkt 9 – Organizacja zawodów: Czy podane wartości nagród są kwotami brutto czy netto?

Odpowiedź:

Ceny nagród są podane w kwotach brutto.

Pytanie 3:

Mając na uwadze zakres pracy do przygotowania do oferty, a także bardzo szczegółowe wyceny związane z realizacją kampanii wnosimy o przesunięcie terminu składania ofert na 25.05.2023. Przygotowanie wycen w wielu elementach np. takich jak organizacja biegu "zaBIEGaj o FUNdusze", wymaga kontaktu z wyspecjalizowanymi firmami posiadającymi uprawnienia do realizacji tego typu działań. W związku z tym proces wycen i ustaleń szczegółów jest mocno wydłużony, skrócony termin na przygotowanie ofert może skutkować przygotowaniem oferty bez potwierdzenia wszystkich niezbędnych szczegółów wymaganych przy realizacji tego typu wydarzeń.

Odpowiedź:

Zdaniem Zamawiającego wyznaczony termin składania ofert jest wystarczający, aby przygotować ofertę, dlatego też nie może w pełni zaakceptować wnioskowanej zmiany terminu. Natomiast wychodząc naprzeciw oczekiwaniom Wykonawców, Zamawiający dokonuje zmiany treści SWZ w następującym zakresie:

1. Termin składania ofert

Było:

Rozdz. XVI A pkt. 2 – Ofertę należy złożyć poprzez System e-ZP w terminie do dnia 18 maja 2023 roku, do godz. 10:00

Jest:

Rozdz. XVI A pkt. 2 – **Ofertę należy złożyć poprzez System e-ZP w terminie do dnia 23 maja 2023 roku, do godz. 10:00**

2. Termin otwarcia ofert

Było:

Rozdz. XVI B pkt 2 – Otwarcie ofert nastąpi w dniu 18 maja 2023 roku o godz. 10:30

Jest:

Rozdz. XVI B pkt 2 – **Otwarcie ofert nastąpi w dniu 23 maja 2023 roku o godz. 10:30**

3. Termin związania ofertą

Było:





Rozdz. XV pkt 1 - Wykonawca będzie związany ofertą od dnia upływu terminu składania ofert, przy czym pierwszym dniem terminu związania ofertą jest dzień, w którym upływa termin składania ofert, przez okres 90 dni, tj. do dnia 15.08.2023 r.

Jest:

Rozdz. XV pkt. 1 - Wykonawca będzie związany ofertą od dnia upływu terminu składania ofert, przy czym pierwszym dniem terminu związania ofertą jest dzień, w którym upływa termin składania ofert, przez okres 90 dni, tj. do dnia 20.08.2023 r.

Pytanie 4:

Pytanie dotyczy zapisu w OPZ:

18.14. Dla jednego spotu, którego stworzenie jest jednym z zadań Wykonawcy

18.14.1 Wygenerowanie średniej liczby wyświetleń jednego spotu w internecie: 6000 (do końca 2023 roku – w przypadku pierwszego spotu i 7000 wyświetleń do końca 2024 – w przypadku drugiego spotu). Co zamawiający rozumie przez średnią liczbę wyświetleń? Czy chodzi o średnią miesięczną dla danego okresu?

Odpowiedź:

Pierwszy ze spotów opublikowany będzie w 2023 roku, drugi ze spotów opublikowany będzie w 2024 roku. Każdy ze spotów powinien uzyskać podaną liczbę wyświetleń w okresie od publikacji do zakończenia roku, w którym został opublikowany. W celu doprecyzowania zapisów, aby nie budziły wątpliwości interpretacyjnych, Zamawiający dokonuje zmiany treści OPZ - rozdz. VIII, ppkt. 18.14 w następujący sposób.

Zmienia się zapis:

18.14. Dla jednego spotu, którego stworzenie jest jednym z zadań Wykonawcy

18.14.1 Wygenerowanie średniej liczby wyświetleń jednego spotu w internecie: 6000 (do końca 2023 roku – w przypadku pierwszego spotu i 7000 wyświetleń do końca 2024 – w przypadku drugiego spotu), który otrzymuje brzmienie:

18.14. Dla spotu, którego stworzenie jest jednym z zadań Wykonawcy

18.14.1 Wygenerowanie liczby wyświetleń spotów w internecie: 6000 wyświetleń do 31.12. 2023 roku (w przypadku pierwszego spotu), 7000 wyświetleń do 31.12.2024 roku (w przypadku drugiego spotu).

Pytanie 5:

Prośba o doprecyzowanie KPI dla odcinków serialu o Funduszach w kanale YouTube (17.8.1)

W 2023 średnia miesięczna liczba wyświetleń jednego odcinka zrealizowanego w tym czasie ma wynieść 800. Przykładowy harmonogram publikacji odcinków w 2024 roku i pytanie, czy średnia liczba wyświetleń ma być wyliczana według poniższego schematu:

Styczeń – Pierwszy odcinek 800 wyświetleń,

Luty – Drugi odcinek (łącznie 2 odcinki online) łącznie 1 600 wyświetleń,

Marzec – Trzeci odcinek (łącznie 3 odcinki online) łącznie 2 400 wyświetleń

.....

Grudzień – 30 odcinek (łącznie 30 odcinków online) łącznie 24 000 wyświetleń.

Odpowiedź:

Zamawiający w ppkt. 17.8.1 wskazał, że zadaniem Wykonawcy będzie wygenerowanie średniej liczby wyświetleń odcinka serialu o Funduszach na kanale YouTube w następujący sposób:

17.8.1.1 W okresie od rozpoczęcia współpracy do 31.12.2023 roku średnia miesięczna liczba wyświetleń odcinka zrealizowanego w tym okresie: 800,



Oznacza to, że odcinki serialu o Funduszach opublikowane na kanale YouTube, począwszy od rozpoczęcia współpracy do 31.12.2023 roku, w danym miesiącu muszą uzyskać średnią 800 wyświetleń.

Przykładowo – jeśli we wrześniu 2023 roku zostaną opublikowane cztery odcinki online to średnia z tych wyświetleń musi być na poziomie 800 wyświetleń.

17.8.1.2 W okresie od 01.01.2024 do 31.12.2024 roku średnia miesięczna liczba wyświetleń odcinka zrealizowanego w tym okresie: 1000,

Oznacza to, że odcinki serialu o Funduszach opublikowane na kanale YouTube, w okresie od 01.01.2024 do 31.12.2024 roku, w danym miesiącu muszą uzyskać średnią 1000 wyświetleń.

Przykładowo – jeśli w styczniu 2024 roku zostaną opublikowane cztery odcinki online to średnia z tych wyświetleń musi być na poziomie 1000 wyświetleń.

17.8.1.3 W okresie od 01.01.2025 roku do zakończenia umowy średnia miesięczna liczba wyświetleń odcinka zrealizowanego w tym okresie: 1.200;

Oznacza to, że odcinki serialu o Funduszach opublikowane na kanale YouTube, w okresie od 01.01.2025 roku do zakończenia umowy, w danym miesiącu muszą uzyskać średnią 1.200 wyświetleń.

Przykładowo – jeśli w styczniu 2025 roku zostaną opublikowane cztery odcinki online to średnia z tych wyświetleń musi być na poziomie 1.200 wyświetleń.

Statystyki wyświetleń odcinków serialu o Funduszach, o których mowa we wspomnianych podpunktach będą weryfikowane według stanu:

- na koniec 31.12.2023 roku (w przypadku odcinków opublikowanych w 2023 roku),
- na koniec 31.12.2024 roku (w przypadku odcinków opublikowanych w 2024 roku),
- do zakończenia umowy w 2025 roku (w przypadku odcinków opublikowanych w 2025 roku).

W OPZ - rozdz. VII, pkt. 6, ppkt. 6.1.1 Zamawiający określił, że przez cały okres trwania umowy ma powstać 70 odcinków serialu o Funduszach (20 odc. w 2023 roku, 30 odc. w 2024 roku i 20 odc. w 2025 roku, proporcje mogą ulec zmianie, zgodnie z propozycjami emisji, które przedstawi Wykonawca).

Pytanie 6:

Czy Zamawiający może zrezygnować z informacji o liczbie oglądających poszczególne wejścia antenowe (7.1.11.)? Stacje lokalne, jak TVP Poznań i WTK nie są objęte dostępnymi badaniami telemetrycznymi.

Odpowiedź:

Zamawiający przychylił się do prośby Wykonawcy i rezygnuje z informacji o liczbie oglądających poszczególne wejścia antenowe. Tym samym dokonuje zmiany treści OPZ poprzez wykreślenie ppkt. 7.1.11.

Pytanie 7:

Zwracamy się z prośbą o udzielenie odpowiedzi w zakresie kwoty jaką zamawiający zamierza przeznaczyć na realizację zadania. W ramach przygotowania oferty przygotowaliśmy wstępny kosztorys działań wymaganych w zapisach SOPZ, kwota za jaką można zrealizować zakres prac opisany w SOPZ to kwota powyżej 6 mln złotych brutto. Jest to kwota prawie dwukrotnie wyższa niż ta jaką zamawiający zamierza przeznaczyć na realizację tego zamówienia. W związku z tym zwracamy się z prośbą o udzielenie odpowiedzi czy zamawiający szacował to postępowanie? Jeśli tak to jak jest kwota szacowana realizacji podanego w SOPZ zakresu kampanii?

Czy w przypadku jeśli otrzymane propozycje budżetowe będą wyższe niż kwota podana w zamówieniu, zamawiający posiada środki na zwiększenie kwoty na realizację tego zadania? Odpowiedź na to pytanie jest dla nas kluczowa dla kontynuacji prac nad przygotowaniem oferty. Pracy nad przygotowaniem oferty jest bardzo dużo i obawiamy się sytuacji, której w przypadku wyboru naszej oferty zamawiający unieważni postępowanie z uwagi na brak środków.



Odpowiedź:

Zamawiający dokonał szacowania wartości zamówienia z należytą starannością i oszacował wartość zamówienia na kwotę 2 705 052,89 zł netto. Przeznaczona na realizację zamówienia kwota wynika z opracowanej przez Zamawiającego strategii działań, której wynikiem są zadania opisane w Opisie przedmiotu zamówienia.

Na realizację zamówienia została zabezpieczona kwota w wysokości 3 327 215,05 zł brutto. Decyzja dotycząca ewentualnego zwiększenia środków na realizację przedmiotowego zamówienia zostanie podjęta po otwarciu ofert i dokonaniu ich oceny.

Pytanie 8:

Czy Zamawiający oczekuje minimalnej ilości publikowanych treści na każdym kanale Social Media? Czy może ilość jest do rekomendacji Wykonawcy, tak aby osiągnąć oczekiwane KPI?

Odpowiedź:

Zamawiający udzielił informacji w tym zakresie w odpowiedzi na Pytanie 1.

Pytanie 9:

Czy Zamawiający określa ramy czasowe moderacji Social Media?

Odpowiedź:

Zamawiający nie określa ram czasowych moderacji Social Media. Moderacja będzie zależała od kontentu (np. ogłaszanych naborów wniosków, konkursów, imprez, konferencji, szkoleń dla beneficjentów itp.). Dla przykładu jeśli impreza biegowa odbędzie się w niedzielę, to należy uwzględnić publikację postów, relacji w tym samym dniu.

Pytanie 10:

Czy Zamawiający przewiduje minimalną ilość konkursów w Social Media?

Odpowiedź:

Zamawiający zakłada, że minimalna ilość konkursów powinna być nie mniejsza niż 5 w ciągu roku, niemniej jednak ich ilość będzie zależała od kontentu, potrzeb oraz osiągniętych wskaźników.

Wobec powyższego doprecyzowaniu ulega OPZ - rozdz. VII, pkt. 1, ppkt. 1.1.11

z istniejącego brzmienia:

1.1.11. Tworzenie i prowadzenie konkursów w mediach społecznościowych: tworzenie koncepcji konkursów, stworzenie regulaminów konkursów (każdorazowo do akceptacji przez Zamawiającego), prowadzenie i obsługa konkursów, proponowanie nagród w konkursach w oparciu o ideę Experiential Marketingu (np. bilety wstępu na wydarzenia realizowane w przez podmioty będące beneficjentami Funduszy Unijnych, koszt po stronie Wykonawcy);

na następujące:

1.1.11. Tworzenie i prowadzenie konkursów w mediach społecznościowych (nie mniejsza niż 5 w ciągu roku): tworzenie koncepcji konkursów, stworzenie regulaminów konkursów (każdorazowo do akceptacji przez Zamawiającego), prowadzenie i obsługa konkursów, proponowanie nagród w konkursach w oparciu o ideę Experiential Marketingu (np. bilety wstępu na wydarzenia realizowane w przez podmioty będące beneficjentami Funduszy Unijnych, koszt po stronie Wykonawcy);





Pytanie 11:

Rozumiemy, że KPI przewidziane dla Social Media to wzrost od rozpoczęcia współpracy do końca każdego roku łącznie (nie oddzielnie za każdy rok)?

Odpowiedź:

Tak, wzrost należy liczyć od momentu rozpoczęcia współpracy do końca każdego roku łącznie (suma, wskaźnik naliczany jest narastająco).

Pytanie 12:

Czy promowany w SM odcinek z serialem i podcastem możemy uznać za Post i wlicza się tym samym do KPI, czy traktujemy to jako działania oddzielne?

Odpowiedź:

Tak, odcinek z serialem i podcastem można traktować jako post i wliczyć do KPI.

Pytanie 13:

Czy w Formularzu cenowym - załącznik nr 1A do SWZ w Usłudze: Prowadzenie mediów społecznościowych w kanałach: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube Wykonawca powinien uwzględnić koszt przygotowania materiałów graficznych/video pod Social Media, czy ten koszt będzie zawarty w punkcie 13 - przygotowanie materiałów graficznych oraz w pozostałych punktach związanych z produkcją materiałów video?

Odpowiedź:

Wykonawca powinien uwzględnić koszt przygotowania materiałów graficznych/video pod Social Media jako osobne, bieżące działanie. Jest również o tym mowa w OPZ - rozdz. VII, pkt. 1, ppkt. 1.1.4.

Pytanie 14:

Zwracamy się z prośbą o wydłużenie terminu składania ofert do 25.05.2023

Odpowiedź:

Zamawiający udzielił informacji w tym zakresie w odpowiedzi na Pytanie 3.

Pytanie 15:

Po wstępnej kalkulacji oferty informujemy, że zakres działań podanych w OPZ przez Zamawiającego znacząco przekracza budżet, który Zamawiający zamierza przeznaczyć na realizację Zamówienia.

Czy Zamawiający bierze pod uwagę możliwość zwiększenia budżetu?

Dla przykładu produkcja 70 odcinków serialu to koszt ponad 1.000.000,00 zł brutto, natomiast organizacja Miasteczek europejskich we wskazanych miastach w latach 2024 i 2025 to kolejny koszt 1.000.000,00 zł brutto.

Przy takich kwotach realizacji wskazanych powyżej pozycji nie ma możliwości zrealizowania Zamówienia w przeznaczonym budżecie. Jeśli jednak Wykonawcy złożą ofertę, która będzie mieścić się w budżecie przyjętym przez Zamawiającego z pewnością nie będzie to rzetelna realizacja i nie będzie spełniać ona wszystkich założeń opisanych przez Zamawiającego w OPZ.

W związku z powyższym wnosimy o zmianę zapisów OPZ w taki sposób aby produkcja dotyczyła tylko 20 odcinków serialu, a Miasteczka Europejskie odbyły się w 2024 roku w 2 z podanych miast a w kolejnym roku w kolejnych dwóch wskazanych przez Zamawiającego.





Odpowiedź:

Decyzja dotycząca ewentualnego zwiększenia środków na realizację przedmiotowego zamówienia zostanie podjęta po otwarciu ofert i dokonaniu ich oceny.

Zamawiający podtrzymuje zakres realizacji Zadań wymienionych w OPZ - rozdz. VII, pkt. 6 i 8, tzn. produkcji i publikacji 70 odcinków serialu o Funduszach oraz organizacji Miasteczek Europejskich w czterech miastach, zarówno w edycji 2024 jak i 2025.

Zamawiający informuje, że niniejsze wyjaśnienia i zmiany treści SWZ stają się integralną częścią Specyfikacji Warunków Zamówienia i są wiążące przy składaniu ofert.

W wyniku dokonanych zmian treści SWZ, Zamawiający dokonał zmiany treści Ogłoszenia o zamówieniu. Na podstawie art. 137 ust. 5 ustawy Pzp udostępnienie zmiany treści SWZ na stronie internetowej prowadzonego postępowania nie może nastąpić przed publikacją Ogłoszenia, o którym mowa w art. 90 ust. 1 ustawy Pzp, z wyjątkiem przypadku gdy zamawiający nie został powiadomiony o publikacji w terminie 48 godzin od potwierdzenia przez Urząd Publikacji Unii Europejskiej otrzymania tego Ogłoszenia.

Zastępca Dyrektora Departamentu Polityki Regionalnej

/-/

Danuta Sowińska

