URZĄD MARSZAŁKOWSKI
WOJEWÓDZTWA LUBUSKIEGO

65-057 Zielona Góra
ul. Podgórna 7
tel. +48 /68/456 52 00, 320 20 37
fax +48 /68/456 52 96
www.lubuskie.pl

DA.III.272.2.3.2018

Zielona Góra, 17 stycznia 2018 r.

WYJAŚNIENIA TREŚCI SPECYFIKACJI ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego pn.: **„Przeprowadzenie kampanii promocyjnej w mediach społecznościowych przy użyciu serwisu internetowego: Facebook, Twitter oraz YouTube".**

Działając na podstawie art. 38 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (j.t. Dz. U. z 2017 r., poz. 1579, 2018) Zamawiający informuje, że do powyższego postępowania wpłynęły pytania dotyczące treści SIWZ i w związku z tym udziela następujących odpowiedzi:

Pytanie od Wykonawcy 1:

„Proszę o wyjaśnienie czym są „inne tożsame funkcje" w zdaniu poniżej: „Wykonawca spełni warunek jeżeli wykaże, że: w okresie ostatnich 5 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie wykonał należycie co najmniej 3 usługi polegające na zrealizowaniu kampanii promocyjnej w mediach społecznościowych typu Facebook, Twitter, YouTube lub innych tożsamych funkcjach, każda o wartości minimalnej 80 000 zł brutto."

Odpowiedź Zamawiającego:

Zamawiający wyjaśnia, iż formułując wyrażenie „inne tożsame funkcje" miał na myśli inne portale społecznościowe, które w podziale i klasyfikacji mediów społecznościowych spełniają tożsame funkcje do Facebooka, Twittera oraz YouTube'a.

Pytania od Wykonawcy 2:

— *„Z SIWZ pkt. XIII widnieje zapis: "Termin wykonania przedmiotu zamówienia: od dnia podpisania umowy do 11 czerwca 2018 r." Biorąc pod uwagę fakt, że kampania będzie prowadzano w 5 30-dniowych okresach, a termin związania ofertą wynosi 30 dni (z możliwością wydłużenia do 60 dni) Wykonawca dostrzega, że okres realizacji może zostać znacznie skrócony. Czy Zamawiający zakłada skrócenie 30-*

dniowych okresów promocji czy raczej wydłużenie terminu wykonania przedmiotu zamówienia, tj. dłużej niż do 11 czerwca 2018 r.?"

Odpowiedź Zamawiającego:

Zamawiający wyjaśnia, iż zgodnie z listą zadań w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia (pkt. 24 w Zadaniu na portalu Facebook, pkt. 24 w Zadaniu na portalu Twitter oraz pkt. 11 w Zadaniu na portalu YouTube) ostateczne daty prowadzenia kampanii zostaną określone w umowie zawartej z wybranym Wykonawcą. Zamawiający zakłada, że okresy trwania poszczególnych działań (tj. promocji czterech filmów dostarczonych przez Zamawiającego w trakcie 30-dniowego okresu) w obrębie każdego zadania (czyli: Zadanie nr I. Działania na portalu Facebook; Zadanie nr II. Działania na portalu Twitter oraz Zadanie nr III. Działania na portalu YouTube) mogą nakładać się na siebie czasowo.

— *„W dokumencie SOPZ Zadanie nr 1 istnieje zapis, że Wykonawca będzie prowadził kampanię promocyjną przy użyciu 4 różnych 60-sekundowych filmów. Zamawiający zakłada jednak 5 okresów 30-dniowych. Jaką promocję zakłada Zamawiający w 5 miesiącu współpracy?".*

Odpowiedź Zamawiającego:

Zamawiający wyjaśnia, iż zgodnie z listą zadań w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia (pkt. 1 we wszystkich Zadaniach) Wykonawca będzie prowadził kampanię promocyjną Województwa Lubuskiego na portalu internetowym Facebook, Twitter oraz YouTube przy użyciu 4 różnych 60. sekundowych filmów, prezentujących atrakcje województwa lubuskiego w każdej z pięciu 30-dniowych kampanii. Zamawiający zakłada, że okresy trwania poszczególnych działań (tj. promocji czterech filmów dostarczonych przez Zamawiającego w trakcie 30-dniowego okresu) w obrębie każdego zadania (czyli: Zadanie nr I. Działania na portalu Facebook; Zadanie nr II. Działania na portalu Twitter oraz Zadanie nr III. Działania na portalu YouTube) mogą nakładać się na siebie czasowo.

— *„Czy Zamawiający zakłada, że w każdym 30-dniowym okresie będzie promowany 1 film, tj. I okres film "To co najlepsze w woj. lubuskim", II okres film "Lubuskie dla rodziny" i analogicznie kolejne okresy czy każdy z 4 filmów ma się pojawić w każdym z okresów promocji tj. I okres - I tydzień "To co najlepsze w woj. lubuskim", II tydzień "Lubuskie dla rodziny" i analogicznie kolejne filmy w kolejnych tygodniach 30-dniowego okresu?".*

Odpowiedź Zamawiającego:

Zamawiający wyjaśnia, iż każdy z 4 filmów ma się pojawić w każdym z okresów promocji, tj. I okres - I tydzień "To co najlepsze w woj. lubuskim", II tydzień "Lubuskie dla rodziny" i analogicznie kolejne filmy

w kolejnych tygodniach 30-dniowego okresu. Kolejność promowanych filmów zostanie ustalona w umowie pomiędzy Zamawiającym a Wykonawcą.

Pytania od Wykonawcy 3:

— *„W pkt. 2 Oferty należy podać osobę, która ma doświadczenie w przeprowadzaniu kampanii promocyjnych w mediach społecznościowych, a także nazwy przeprowadzonych kampanii. Jednak Zamawiający nie określa, czy doświadczenie tej osoby ma się pokrywać z wykazem usług przestawionych jako spełnienie warunku udziału w postępowaniu zgodnie z pkt. XV ppkt. 4.2. SIWZ".*

Odpowiedź Zamawiającego:

Zamawiający wyjaśnia, iż doświadczenie osoby wyznaczonej do realizacji zadania przeprowadzenia kampanii promocyjnej w mediach społecznościowych, nie musi pokrywać się z Wykazem usług potwierdzających spełnianie warunków udziału w postępowaniu.

— *„Pytania do załącznika 1 do SIWZ, zadanie nr II, pkt. 8-18. Czy Zamawiający posiada w profilu @lubuskiepl konto reklamowe założone przez oficjalnego przedstawiciela twitter na Polskę? Wyłącznie do takiego konta reklamowego Zamawiający może udzielić dostęp Wykonawcy w celu wykonania przedmiotu zamówienia. W razie braku takiego konta, przeprowadzenie kampanii z poziomu konta @lubuskiepl będzie niemożliwe. Pkt. 20 i 21 - twitter nie daje możliwości targetowania na województwa i landy. Można targetować do poziomu państw".*

Odpowiedź Zamawiającego:

Zamawiający wyjaśnia, iż wie, że musi posiadać konto reklamowe w profilu @lubuskiepl założone przez oficjalnego przedstawiciela Twitter na Polskę. Konto zostanie założone po uzgodnieniach z Wykonawcą. Z informacji od oficjalnego przedstawiciela Twitter na Polskę, firmy HTTPOOL, wynika, że w Niemczech można targetować reklamy na wybrane landy.

— *„Zamawiający określa w pkt. XIII SIWZ termin wykonania przedmiotu zamówienia na „od dnia podpisania umowy do 11 czerwca 2018 r." Jednocześnie podając w załączniku 1 do SIWZ, że okres przeprowadzenia jednej kampanii to 30 dni, a takich okresów ma być 5. Z kalendarza wynika, że umowę należałoby zacząć realizować od 11.01.2018 r., czyli jeszcze przed terminem złożenia ofert".*

Odpowiedź Zamawiającego:

Zamawiający wyjaśnia, iż zgodnie z listą zadań w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia (pkt. 24 w Zadaniu na portalu Facebook, pkt. 24 w Zadaniu na portalu Twitter oraz pkt. 11 w Zadaniu na portalu YouTube) ostateczne daty prowadzenia kampanii zostaną określone w umowie zawartej z wybranym Wykonawcą. Zamawiający zakłada, że okresy trwania poszczególnych działań (tj. promocji czterech filmów dostarczonych przez Zamawiającego w trakcie 30-dniowego okresu) w obrębie każdego zadania (czyli: Zadanie nr I. Działania na portalu Facebook; Zadanie nr II. Działania na portalu Twitter oraz Zadanie nr III. Działania na portalu YouTube) mogą nakładać się na siebie czasowo.

Pytanie od Wykonawcy 4:

„Prosimy o zniesienie wymogu: "Wykonawca spełni warunek jeżeli wykaże, że: w okresie ostatnich 5 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie wykonał należycie co najmniej 3 usługi polegające na zrealizowaniu kampanii promocyjnej w mediach społecznościowych typu Facebook, Twitter, YouTube lub o innych tożsamych funkcjach, każda o wartości minimalnej 80 000 zł brutto." Prośbę argumentujemy tym, że posiadamy 7 lat doświadczenia w skutecznym prowadzeniu kampanii promocyjnych w mediach społecznościowych. Wykonywaliśmy kampanie m.in. dla Politechniki Śląskiej, Województwa Śląskiego i Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Krakowie (...), a powyższy wymóg wyklucza nas z udziału w przetargu mimo zdolności do podjęcia zlecenia".

Odpowiedź Zamawiającego:

Zamawiający wyjaśniam, że nie zmienia zapisów zawartych w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia w tym zakresie.

Pytanie od Wykonawcy 5:

„Chciałabym doprecyzować, czy kampania promocyjna będzie odbywać się za pomocą postów sponsorowanych na Facebooku i Tweeterze? Czy kampania promocyjna na YouTube obejmuje również płatne reklamy wideo na YouTube?".

Odpowiedź Zamawiającego:

Zamawiający wyjaśnia, iż że zgodnie ze Szczegółowym Opisem Przedmiotu Zamówienia (pkt. 9 w Zadaniu nr I. Działanie na portalu Facebook, pkt. 9 w Zadaniu nr II. Działania na portalu Twitter) kampania promocyjna będzie odbywać się za pomocą postów na Facebooku i Twitterze. Jednak zgodnie ze Szczegółowym Opisem Przedmiotu Zamówienia (pkt. nr 20 i 21 w Zadaniu nr I. Działania na portalu Facebook oraz pkt. 20 i 21 w Zadaniu nr II. Działania na portalu Twitter) posty mają być targetowane dla użytkowników w wybranych województwach Polski oraz landach w Niemczech, a takie działania są charakterystyczne dla postów sponsorowanych. Z kolei zgodnie ze Szczegółowym Opisem Przedmiotu

Zamówienia (pkt. 1 Zadania nr III. Działania na portalu YouTube) kampania promocyjna na portalu internetowym YouTube będzie prowadzona przy użyciu 4 różnych 60-sekundowych filmów. Zamawiający nie zakłada, że kampania promocyjna obejmie również płatne reklamy wideo na YouTube.

Pytanie od Wykonawcy 6:

„Zadanie nr I Działania na portalu Facebook, pkt. 25 brzmi: „Wszystkie posty umieszczone przez Wykonawcę w każdym 30-dniowym okresie realizacji kampanii muszą osiągnąć ilość wyświetleń na poziomie minimum 80 000, minimum 40 000 na rynku niemieckim i minimum 40 000 na rynku polskim, sumując łącznie wszystkie posty". Mam prośbę o wskazanie czy wartość minimalna wyświetleń 80.000 (40.000 PL + 40.000 DE) dotyczy sumy dla całego okresu kampanii (np. od lutego do czerwca 2018 roku) czy też jest to suma miesięczna? Czy wtedy łączna ilość wyświetleń będzie iloczynem 80.000 x ilość miesięcy kampanii?

Odpowiedź Zamawiającego:

Zamawiający wyjaśnia, iż zgodnie ze Szczegółowym Opisem Przedmiotu Zamówienia (Zadanie nr I. Działania na portalu Facebook, pkt. 25) zakłada, że wartość minimalna wyświetleń 80 000 (minimum 40 000 na rynku niemieckim i minimum 40 000 na rynku polskim, sumując łącznie wszystkie posty) dotyczy sumy wyświetleń uzyskanej podczas jednego 30-dniowego okresu kampanii. A więc łączna ilość wyświetleń będzie iloczynem 80 000 x pięć 30-dniowych okresów kampanii.

z up. MARSZAŁKA WOJEWÓDZTWA
Kierownik Oddziału
Zamówień Publicznych