



Marszałek  
Województwa Lubelskiego

Lublin, 02.03.2021 r.

OP-IV.272.8.2021.BRP

**Wykonawcy**

### **Wyjaśnienia treści Specyfikacji Warunków Zamówienia**

Zamawiający: Województwo Lubelskie z siedzibą w Lublinie, na podstawie art. 284 ust. 2 i 6 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2019 r. poz. 2019 z późn. zm. – dalej ustawa) w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie podstawowym na podstawie art. 275 pkt 1 ustawy na **Prowadzenie kampanii reklamowej w zakresie marketingu i promocji oraz przygotowanie 3 spotów promocyjnych Samorządowego Kongresu Gospodarczego, II Forum Regionów Trójmorza z podziałem na części**, dokonuje następujących wyjaśnień treści Specyfikacji Warunków Zamówienia:

**Pytanie 1:** "Wykonawca zapewni obsługę istniejącego w serwisie [Facebook.com](https://www.facebook.com) konta „Congress Lubelskie”, w tym: Wykonawca uwzględni w media planie, plan działań w serwisie [Facebook.com](https://www.facebook.com) w okresie od dnia podpisania umowy do 28 maja 2021 r.. Powyższy plan musi obejmować promocję w co najmniej 6 krajach Inicjatywy Trójmorza (...).  
Czy zatem promowane teksty mają być tłumaczone na angielski (pozostałe języki?), czy chodzi wyłącznie o promocję Państwa witryny? Podejrzewam, że witryna powinna być opatrzona krótkim tekstem reklamowym, czy zechcieliby Państwo wskazać parametry tego tekstu?

**Odp:** Wykonawca zapewni wszystkie teksty w języku polskim z tłumaczeniem na język angielski. Wszystkie teksty przed umieszczeniem ich na witrynach będą wymagały akceptacji Zamawiającego. Tekst reklamowy powinien być związany tematycznie z kongresem.

**Pytanie 2:** "Wykonawca zapewni obsługę istniejącego w serwisach [Twitter.com](https://www.twitter.com) oraz [LinkedIn.com](https://www.linkedin.com) konta „Congress Lubelskie” w tym (...)Tworzenie contentu (treści, infografiki, zdjęcia) we współpracy z Zamawiającym oraz publikacje materiałów w serwisach”.  
Słowo „tworzenie” sugeruje, że fotografie powinny być zrobione przez Wykonawcę. Proszę o potwierdzenie, że wykonawca będzie również odpowiedzialny za obsługę foto.

**Odp:** Wykonawca tworząc content składający się z treści, infografik czy zdjęć będzie korzystał ze źródeł własnych tj. zdjęć wykonanych w trakcie kongresu. Zamawiający przewiduje możliwość udostępnienia Wykonawcy własnych materiałów.

**Pytanie 3:** "Wykonawca zapewni obsługę istniejącej strony internetowej [www.congress.lubelskie.pl](http://www.congress.lubelskie.pl), w tym: Tworzenie contentu postów (np. treści, materiałów wideo, fotografii, infografiki) we współpracy z Zamawiającym”. Czy również w tym przypadku należy rozumieć, że Wykonawca będzie odpowiedzialny za obsługę foto oraz zapewnienie



rejestracji i edycji materiałów wideo tak, aby później tworzyć kontent wideo? Czy też materiały te zostaną dostarczone przez Zamawiającego? Jeśli to Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowanie kontentu wideo, uprzejmie proszę o wskazanie, czy rejestracji podlegać miałyby cała konferencja, czy wskazane przez Zamawiającego fragmenty oraz czy Zamawiający przewiduje dogrywanie jakichś „setek” (wypowiedzi) poszczególnych prelegentów?

**Odp:** Materiały wideo do postów zapewni Zamawiający i udostępni Wykonawcy materiały wideo do zamieszczanych postów. Wykonawca obowiązany jest zapewnić materiały zdjęciowe oraz przedstawić proponowaną treść każdorazowego postu.

**Pytanie 4:** „Spot (Trójmorze) powinien mieć charakter uniwersalny, w większości w języku angielskim z tłumaczeniem na język polski w postaci napisów”, a następnie (...) „spot zostanie przygotowany w wersji polskiej z tłumaczeniem na język angielski w postaci napisów.” Uprzejma prośbą o wyjaśnienie w który z języków ma być na ścieżce audio, a który na napisach.

**Odp:** Zamawiający poprawia omyłkę pisarską. Językiem w ścieżce audio jest język angielski, tłumaczenie w postaci napisów – w języku polskim.

**Pytanie 5:** „(Spot Trójmorze) ukazujący regiony zlokalizowane na terenie krajów wchodzących w skład Inicjatywy Trójmorza”. Czy mogą Państwo wskazać na terenie których krajów chcieliby Państwo, aby odbyły się zdjęcia?

**Odp:** Zamawiający – ze względu na pandemię – nie oczekuje wykonania przez Wykonawcę, na potrzeby spotu, ujęć z krajów Trójmorza. Zamawiający dopuszcza wykorzystanie materiałów stockowych.

**Pytanie 6:** „Trzeci spot „Kongres” – o długości od 120 sek. do 125 sek. przygotowany zostanie przez Wykonawcę jako podsumowanie Kongresu. W tym celu Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia minimum 1 operatora wraz z kamerą podczas trwania Kongresu”. Czy nie uważają Państwo, że celowym byłoby zapewnienie trzech operatorów i realizatora wizji, tak, aby zarejestrowany materiał był „montowalny”? Jedna kamera będzie mogła rejestrować w półzbliżeniu prelegentów, a zatem dynamiczny montaż wypowiedzi osób występujących na kongresie będzie właściwie wykluczony, chyba że przez flesze lub inne efekty. Przy użyciu jednej kamery pozbawiają się też Państwo zarejestrowania reakcji publiczności, okłasków, etc. oraz kontrplanów. Realizacja na trzy kamery rozwiązałaby wszystkie te problemy.

**Odp:** Zamawiający wymaga by Wykonawca zapewnił minimum 1 operatora wraz z kamerą podczas trwania Kongresu. Część materiałów wideo zapewni Zamawiający, możliwe jest też wykorzystanie materiałów stockowych.

**Pytanie 7:** Biorąc pod uwagę, że struktura oczekiwanych przez Państwa zasięgów oraz podział mediów, które należy zakupić, jest bardzo skomplikowany, czy nie rozważyliby Państwo przesunięcia terminu składania ofert do poniedziałku (8 marca)? Przygotowanie medioplanu opiera się niestety w dużej mierze na reakcjach działów sprzedaży poszczególnych gazet/witryn, a te nie zawsze są na tyle dynamiczne, jak byśmy się spodziewali. Mówiąc wprost: lokalne media nie są w stanie przygotować wycen w tak krótkim czasie. Dodatkowo FB przez pandemię wydłużył czas reakcji na zapytania dotyczące tak dużych kampanii (ponieważ wyceny są przygotowywane dla poszczególnych profili - przed wyceną profile są analizowane).

**Odp:** Zamawiający w dniu 01.03.2021 r. dokonał zmiany treści SWZ przedłużając termin składania oraz otwarcia ofert do dnia 05.03.2021 r..

**Pytanie 8:** Zamawiający pisze: Przeprowadzenie kampanii reklamowej na dwóch portalach internetowych o zasięgu ogólnopolskim, na których będzie realizowana kampania reklamowa poprzez umieszczanie artykułu / informacji o Kongresie i Inicjatywie Trójmorza od dnia zaakceptowania przez Zamawiającego media planu, nie krócej niż przez 10 tygodni. Czy chodzi o zamieszczenie 12 artykułów, tak by łącznie były wyświetlane przez 10 tygodni? Jaka powinna być minimalna ilość artykułów? Proszę o rozwinięcie i wyjaśnienie tego punktu.

**Odp:** Zamawiający oczekuje zamieszczenia jednego artykułu, który będzie wyświetlany przez 10 tygodni.

**Pytanie 9:** Zapewnienie trzydniowej promocji artykułu / informacji na:

1) na głównej stronie www dwóch renomowanych gazet, na ich portalach informacyjnych o zasięgu ogólnopolskim, o tematyce gospodarczej i finansowej z gwarantowaną liczbą nie mniejszą niż 10 tysięcy odsłon dziennie, w terminach zawartych w media planie i przyjętych przez Zamawiającego,

Czy chodzi o zamieszczenie 12 artykułów, każdy z nich po 3 dni? Jaka powinna być ilość artykułów? Proszę o rozwinięcie i wyjaśnienie tego punktu.

**Odp:** Zamawiający oczekuje trzydniowej promocji na dwóch portalach jednego dedykowanego wydarzeniu artykułu czyli ten sam jeden artykuł ma być promowany przez trzy dni na dwóch różnych stronach www.

**Pytanie 10:** Zapewnienie trzydniowej promocji artykułu / informacji na: 2) na głównej stronie www dwóch dzienników informacyjnych o zasięgu ogólnopolskim z gwarantowaną liczbą nie mniejszą niż 10 tysięcy dziennych odsłon, w terminach zawartych w media planie i przyjętych przez Zamawiającego, jaka powinna być ilość ilość artykułów? Proszę o rozwinięcie i wyjaśnienie tego punktu.

**Odp:** Zamawiający oczekuje trzydniowej promocji na dwóch portalach jednego dedykowanego wydarzeniu artykułu czyli ten sam jeden artykuł ma być promowany przez trzy dni na dwóch różnych stronach www.

**Pytanie 11:** Zapewnienie trzydniowej promocji artykułu / informacji na: 3) na głównej stronie www portalu ogólnopolskiego o tematyce: samorządowej z gwarantowaną liczbą nie mniejszą niż 10 tysięcy odsłon dziennie w co najmniej jednym terminie, zawartym w media planie i zaakceptowanym przez Zamawiającego, jaka powinna być ilość artykułów? Proszę o rozwinięcie i wyjaśnienie tego punktu.

**Odp:** Zamawiający oczekuje trzydniowej promocji na jednym portalu jednego dedykowanego wydarzeniu artykułu.

**Pytanie 12:** Zapewnienie trzydniowej promocji artykułu / informacji na: 4) na głównej stronie www trzech gazet dzienników z województw: Lubelskiego, Podkarpackiego i Podlaskiego z gwarantowaną liczbą nie mniejszą niż 10 tysięcy odsłon dziennie, **w co najmniej dwóch terminach** zawartych w media planie i przyjętych przez Zamawiającego.

W tym wypadku chodzi o 2 artykuły na jeden serwis w 2 terminach? W każdym z serwisów mogą być te same artykuły? Proszę o rozwinięcie i wyjaśnienie tego punktu.

Czy na wszystkich serwisach powinny znajdować się te same artykuły czyli minimum 12, czy 12 artykułów należy rozdzielić na poszczególne serwisy?

**Odp:** Zamawiający oczekuje trzydniowej promocji na trzech odrębnych portalach lokalnych (z województw: lubelskiego, podkarpackiego, podlaskiego) o tematyce samorządowej, dwóch dedykowanych wydarzeniu artykułów (pierwszy przed i drugi po wydarzeniu).

**Pytanie 13: Wykonawca zapewni obsługę istniejącego w serwisie Facebook.com konta „Congress Lubelskie”, w tym:**

3. Tworzenie contentu (np. treści, materiałów wideo, fotografii, infografik) we współpracy z Zamawiającym oraz ich publikacja w serwisie Facebook.com.

Czy Zamawiający przewiduje nagrywanie materiałów wideo przez Wykonawcę? Czy może się to wiązać z wyjazdami do innych miast? Czy fotografie dostarczy Zamawiający, czy przewiduje robienie ich przez Wykonawcę, czy mogą to być zdjęcia stockowe? Proszę o rozwinięcie i wyjaśnienie tego punktu.

**Odp:** Zamawiający oczekuje od Wykonawcy tworzenie postów i umieszczanie ich w mediach społecznościowych. Zamawiający przewiduje udostępnienie materiałów fotograficznych/wideo Wykonawcy. Jest możliwe korzystanie z materiałów stockowych. Ze względu na pandemię – Zamawiający nie oczekuje wyjazdów Wykonawcy do innych miast.

**Pytanie 14: Wykonawca zapewni obsługę istniejącej strony internetowej [www.congress.lubelskie.pl](http://www.congress.lubelskie.pl), w tym:**

1. Tworzenie contentu postów (np. treści, materiałów wideo, fotografii, infografiki) we współpracy z Zamawiającym, umieszczanie materiałów w zakładce „Aktualności” w ilości minimum dwie publikacje tygodniowo, w ilości nie mniejszej niż 24 materiałów / postów w okresie trwania kampanii, z uwzględnieniem SEO (frazę kluczowa, tagi, slug, opis meta, znaczniki meta).

Czy będą to treści tożsame z artykułami i wpisami w mediach społecznościowych? Rozumiem, że artykuły ze strony będą dodawane również jako posty w mediach społecznościowych? Proszę o rozwinięcie i wyjaśnienie tego punktu.

**Odp:** Tak będą to treści tożsame z artykułami i wpisami w mediach społecznościowych.

**Pytanie 15:** Proszę o sprecyzowanie czy przez te 10 tygodni ma ukazać się minimum 12 artykułów? Czy wystarczy, że artykuł ukaże się na jeden dzień? Czy możliwe są przerwy między publikacją artykułów czy przez 10 tygodni jeden artykuł powinien zastępować kolejny tak aby każdego dnia przez ten okres trwania kampanii poszczególne artykuły były widoczne w serwisie?

**Odp:** Informacje dotyczące odpowiedzi na to pytanie Zamawiający zawarł w odpowiedzi na pytania nr. 8-12.

**Pytanie 16:**

W związku z przetargiem na kampanię reklamową dotyczącą Kongresu Trójmorza, mam pytanie dotyczące podpisu elektronicznego wymaganego w przetargu. Czy podpis ePuap jest w tym przypadku dopuszczalny?

**Odp:** Zgodnie z rozdziałem XII ust. 7 SWZ „Ofertę składa się pod rygorem nieważności w formie elektronicznej lub w postaci elektronicznej opatrzonej podpisem zaufanym lub podpisem osobistym.”.

Przez formę elektroniczną należy rozumieć formę czynności prawnej określoną w art. 78<sup>1</sup> § 1 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. z 2020 r. poz. 1740).

Przez podpis zaufany należy rozumieć podpis, o którym mowa w ustawie z dnia 17 lutego 2005 r. o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne.

Przez podpis osobisty należy rozumieć podpis, o którym mowa w ustawie z dnia 6 sierpnia 2010 r. o dowodach osobistych.

**z up. MARSZAŁKA WOJEWÓDZTWA**  
*/-/ Róża Dyrka*  
**Sekretarz Województwa Lubelskiego**