



**Uczestnicy postępowania o udzielenie
zamówienia publicznego**

Dotyczy: postępowania prowadzonego w trybie podstawowym bez negocjacji na „Usługę przeprowadzenia kampanii informacyjno-promocyjnej dotyczącej Funduszy Europejskich na Mazowszu skierowaną do młodzieży” (nr sprawy: WZP.331-1-17/25.U.WIPFE)

W związku z wniesionymi zapytaniem do SWZ obowiązującej w przedmiotowym postępowaniu, działając na podstawie art. 284 ust. 2 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2024 r., poz. 1320; dalej ustawa P.z.p.) Zamawiający, Mazowiecka Jednostka Wdrażania Programów Unijnych (dalej Zamawiający) udziela poniższych odpowiedzi:

Pytanie nr 1 do SWZ: *Prosimy o zmianę terminu na 25 kwietnia, ponieważ przygotowanie oferty wymaga zaangażowania konkretnego influencera.*

Odpowiedź nr 1 do SWZ: Zamawiający nie wyraża zgody na przedłużenie terminu składania ofert.

Pytanie nr 2 do SWZ: *Błąd w formularzu ofertowym w tabeli dot. zasięgów w ostatnim punkcie powinien być reels a nie post.*

Odpowiedź nr 2 do SWZ: W Formularzu oferty w pkt 5.2 dotyczącym Efektów zaproponowanych działań promocyjnych Zamawiający przez pomyłkę dwa razy wskazał w tabeli płatną promocję postów na Instagramie, a w przypadku części trzeciej płatna promocja dotyczy reelsów a nie postów. W załączeniu poprawiony Formularz oferty.

Patrz Zmiana nr 1 do SWZ

Pytanie nr 3 do SWZ: *Proszę o informację czy te działania płatne dotyczą treści influencera?*

Odpowiedź nr 3 do SWZ: Działania płatne dotyczą promocji postów, instastories i reelsów związanych z promocją Funduszy Europejskich na Mazowszu wytworzonych przez influencera we współpracy z Wykonawcą (zgodnie z VI.3 Opis Przedmiotu Zamówienia).

Pytanie nr 4 do SWZ *Czy klient oczekuje tworzenia treści na swój kanał?*

Odpowiedź nr 4 do SWZ: Zamawiający nie oczekuje tworzenia treści na swój kanał, ale zgodnie z zapisami OPZ influencer prowadzi kampanię na swoim profilu na Instagramie i we wszystkich treściach wytworzonych w ramach tej kampanii (w postaci postów, instastories, reelsów, publikacji typu Q&A, relacji na żywo itp.) musi oznaczyć profil Zamawiającego oraz oznaczyć go jako współtwórcę (zgodnie z VI.3 Opis Przedmiotu Zamówienia).

Pytanie nr 5 do SWZ *Czy klient przewiduje działania płatne dotyczące promocji kanału własnego, celem zwiększenia liczby obserwujących o 20%, tj. na dzień dzisiejszy: 433 osoby.*

Odpowiedź nr 5 do SWZ: Wykonawca zobowiązany jest do zwiększenia liczby obserwujących na profilu społecznościowym – Instagram Zamawiającego pn. Fundusze UE dla Mazowsza: https://www.instagram.com/fundusze_ue_dla_mazowsza/ o minimum 20% obserwujących liczone od dnia podpisania umowy, co jest jednym z celów i zakładanych efektów realizacji przedmiotowego zamówienia.

Pytanie nr 6 do SWZ *Klient oczekuje przygotowanie kv kampanii na kanał influencera – nie rekomendujemy takich działań. Działania influencera powinny być spójne od*

strony wizualnej z tym co prezentuje na swoim kanale. Dodanie logotypów może nie stanowić problemów, natomiast posługiwanie się grafikami może być nachalne, zwłaszcza przy tak dużej intensywności działań.

Odpowiedz nr 6 do SWZ: Zamawiający wymaga opracowania KV, który będzie podlegał ocenie przy wyborze ofert. Zadaniem Wykonawcy jest zaproponowanie KV, który przyczyni się do spełnienia założeń i celów kampanii. Zamawiającemu zależy, żeby działania prowadzone przez influencera polegające na przeprowadzeniu konkursu oraz publikacji od 2 do 3 postów lub instastories lub reels w tygodniu oraz raz w miesiącu dodatkowo zamieści publikację w formie angażującej odbiorców typu Q&A, relacja na żywo itp., były graficznie spójne i dla odbiorców stanowiły część jednej kampanii.

Pytanie nr 7 do SWZ *Czy Zamawiający będzie chciał wykorzystać na swoich kanałach treści stworzone przez influencera?*

Odpowiedz nr 7 do SWZ: Zamawiający przewiduje udostępnianie treści tworzonych przez influencera na swoim kanale na Instagramie oraz na FB.

Pytanie nr 8 do SWZ *Czy twórca będzie działał na zasadzie udzielenia licencji na czas realizacji kampanii? Przekazanie w pełni praw autorskich do treści na kanale influencera nie jest możliwe. Zachęcam do rekomendacji IAB: <https://www.iab.org.pl/baza-wiedzy/krok-po-kroku-przez-przetargi-z-influencerami/>.*

Odpowiedz nr 8 do SWZ: Zgodnie z OPZ rozdział V. Zaangażowanie influencera w kampanię pkt 3 „Podpisanie stosownej umowy wraz z wynagrodzeniem influencera leży po stronie Wykonawcy”. Ponadto, zgodnie z § 1 ust. 2 pkt 7 Projektu umowy „W ramach realizacji Umowy Wykonawca jest zobowiązany do zrealizowania kampanii zgodnie z założeniami przedstawionymi w Opisie Przedmiotu Zamówienia (zwanym dalej „OPZ”), stanowiącym załącznik nr 1 do Umowy, w tym do: (...) przekazania majątkowych praw autorskich, praw pokrewnych i praw zależnych do wszystkich treści powstałych w wyniku realizacji przedmiotu umowy bez ograniczeń na wszystkich polach eksploatacji”.

Pytanie nr 9 do SWZ *Rekomendujemy zmniejszenie częstotliwości publikowanych treści. Tak duża intensyfikacja może przynieść odwrotne skutki. To również znacząco wpływa na wycenę twórców. Influencerzy niechętnie podejmują współpracę z tak szerokim zakresem. Pamiętajmy, że są to prywatne profile, na których prowadzona jest kampania w określony sposób.*

Odpowiedz nr 9 do SWZ: Zamawiający zgodnie z OPZ przewiduje od 2 do 3 postów lub instastories lub reels w tygodniu. Nie ma możliwości zmniejszenia tych działań. Opracowanie koncepcji i kreacji kampanii leży po stronie Wykonawcy przy założeniu, że kampania powinna w jak najlepszym stopniu umożliwić osiągnięcie zamierzonego celu, opierać się na niestandardowym pomysle oraz wyróżniać się na tle innych przekazów, a jednocześnie być zauważalna, łatwa do zapamiętania i prosta w odbiorze. Zamawiający oczekuje wysokiej jakości treści publikacji, tak aby pomimo wysokiej częstotliwości publikacji były one atrakcyjne dla odbiorców. Zamawiający działa m.in. w oparciu o ustawę Prawo zamówień publicznych, w tym o zasadę efektywności (Zamówienie powinno być wykonane w sposób efektywny i gospodarny) oraz ustawę o odpowiedzialności za naruszenie dyscypliny finansów publicznych.

Pytanie nr 10 do SWZ *Czy w ofercie można zaprezentować przykładowe treści, na zasadzie benchmarków, a nie dokładne treści stworzone już przez influencera na etapie składania oferty. Takie działania również wpływają znacząco na wycenę twórcy.*

Odpowiedz nr 10 do SWZ: Zgodnie z pkt 3 Załącznika nr 7 do SWZ Koncepcja zaproponowanych działań „Zaprezentowanie pomysłu na promocję kampanii przez influencera wraz z opisem i uzasadnieniem pomysłu przez Wykonawcę”, Wykonawca musi przedstawić pomysł na promocję kampanii przez influencera wraz z opisem i uzasadnieniem dlaczego rekomenduje właśnie tego influencera, biorąc pod uwagę główny cel kampanii, jakim jest zaprezentowanie wartości i korzyści płynących z członkostwa Polski w Unii Europejskiej, ze szczególnym uwzględnieniem rezultatów wdrażania Funduszy Europejskich w województwie mazowieckim wśród młodzieży (średnia szkoła, studenci do 26 roku życia). Przykładowe treści na zasadzie benchmarków mogą się pojawić jako dodatkowe.

Pytanie nr 11 do SWZ Czy Wykonawca ma przygotować materiały do promocji konkursu na kanał własny Zamawiającego?

Odpowiedz nr 11 do SWZ: Wykonawca zorganizuje konkurs na temat Funduszy Europejskich z udziałem influencera na Instagramie. Informacje na temat konkursu będą zamieszczane na profilu influencera na Instagramie oraz na profilu Zamawiającego na Instagramie: Fundusze UE dla Mazowsza: https://www.instagram.com/fundusze_ue_dla_mazowsza/. W związku z tym, wszystkie materiały są przygotowywane również na kanał własny Zamawiającego.

Niniejsze wyjaśnienia zostaną przekazane niezwłocznie wszystkim Wykonawcom, którzy do dnia udzielenia niniejszych wyjaśnień wyrazili zainteresowanie przedmiotowym postępowaniem. Udzielone wyjaśnienia zostaną dołączone do SWZ i będą stanowiły jej integralną część.

Zgodnie z art. 286 ust. 1 w związku z ust. 3 ustawy P.z.p. Zamawiający, zmienia zapisy SWZ w poniższy sposób:

Zmiana nr 1 do SWZ W związku z koniecznością wprowadzenia zmiany w pkt 5.2 zmianie ulega treść Załącznika nr 1 do SWZ – Formularza oferty, który w wskazanym punkcie otrzymuje następujące brzmienie:

„Płatna promocja rolek na Instagramie”

Poprawiony Załącznik nr 1 do SWZ otrzymuje nazwę „Formularz oferty zmodyfikowany”. Wykonawca zobowiązany jest do złożenia oferty na zmodyfikowanym Formularzu oferty.

Pozostałe zapisy SWZ pozostają bez zmian.

Dokonane modyfikacje (w zakresie wskazanym w Ogłoszeniu o zamówieniu) zostaną opublikowane na stronie internetowej Zamawiającego oraz na stronie prowadzonego postępowania na Platformie e-Zamówienia w formie Ogłoszenia o zmianie ogłoszenia, wszystkie modyfikacje zostaną również przekazane niezwłocznie wszystkim Wykonawcom, którzy do dnia udzielenia niniejszych wyjaśnień wyrazili zainteresowanie przedmiotowym postępowaniem.

Z upoważnienia p.o. Dyrektora
Mazowieckiej Jednostki Wdrażania Programów Unijnych
Michał Kosior
Kierownik Wydziału Zamówień Publicznych
/- podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym/

Sprawę prowadzi:
Anna Pogorzelska
Wydział Zamówień Publicznych
tel. 22 542 27 43
email: a.pogorzelska@mazowia.eu