



Warszawa, dnia 16 października 2020r

dotyczy przetargu nieograniczonego ZP/01/2020/POPC

pn. Kampania informacyjno-promocyjna projektu pn.: „Otwarta Zachęta. Digitalizacja i udostępnienie polskich zasobów sztuki współczesnej ze zbiorów Zachęty - Narodowej Galerii Sztuki oraz budowa narzędzi informatycznych, rozwój kompetencji kadr kultury, animacja i promocja służące wykorzystaniu i przetwarzaniu cyfrowych zasobów kultury w celach edukacyjnych, naukowych i twórczych” w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa na lata 2014-2020 Oś Priorytetowa nr 2 „E-administracja i otwarty rząd” Działanie nr 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego” Poddziałanie nr 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”, na podstawie umowy o dofinansowanie nr POPC.02.03.02-00-0025/19-00”

**Zamawiający:**

Towarzystwo Zachęty Sztuk Pięknych przy Zachęcie – Narodowej Galerii Sztuki  
Pl. Małachowskiego 3, 00 – 916 Warszawa  
Telefon, telefaks: (022) 556 96 74, [www.tzsp.art.pl](http://www.tzsp.art.pl)

Do wiadomości  
uczestnicy postępowania o udzielenie zamówienia publicznego

**WYJAŚNIENIE I ZMIANA TREŚCI  
SPECYFIKACJI ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA  
podstawa prawna – art.38 ust. 1 i 2 ustawy Prawo zamówień publicznych**

W odpowiedzi na zadane pytania z dnia 12.10.2020 roku, 13.10.2020 roku dotyczące treści SIWZ Zamawiający wyjaśnia:

**Pytanie nr 1,**

zwracam się z uprzejmym zapytaniem, dotyczącym przetargu nr ZP/01/2020/POPC - mianowicie na Państwa stronie, gdzie znaleźć można dokumentację przetargową nie widzę SOPZU - czy jest szansa, że go przeoczyłam? Czy nie został on załączony?

Niestety mimo OPZ w SIWZ nie jest jasne co mamy przygotować na etapie przetargu, brakuje nam wielu informacji, aby móc przygotować należyte ofertę.

**Odpowiedź:**

Zamawiający wyjaśnia, że pełna dokumentacja postępowania zamieszczona jest na stronie: <http://tzsp.art.pl/> w zakładce „przetargi”.

**Pytanie nr 2,**

Dzień dobry, poproszę o odpowiedź na pytania odnośnie przetargu ZP/01/2020/POPC  
Jak rozumieć emisję, ilość odsłon w skali roku, skoro kampania ma trwać do 07.06.2023? Proszę o doprecyzowanie

- A) Emisja filmów w skali roku – jaką dokładnie liczbę Państwo oczekują? Jak liczoną?
- B) Emisja banerów internetowych – jaką dokładną liczbę Państwo oczekują?
- C) Emisja kampanii sponsorowanych w mediach społecznościowych – ile miesięcy konkretnie ma trwać?



Czy każdy z 10 filmów ma mieć wersję skróconą?  
Bardzo proszę o przedłużenie terminu składania ofert.

**Odpowiedź:**

Zamawiający wyjaśnia, że każdy z 10 filmów ma mieć wersję skróconą do 0,5 minuty. W odniesieniu do emisji filmów, Zamawiający pozostawia Wykonawcy decyzję co do kanałów emisji. Celem kampanii założonym i wymaganym przez Zamawiającego jest dotarcie filmu do minimum 500 tys. unikatowych użytkowników w skali roku (mierzonych na podstawie statystyk portali). W przypadku niepełnego roku trwania kampanii - do proporcjonalnie mniejszej ilości.

Emisja banerów internetowych – Zamawiający pozostawia Wykonawcy decyzję co do ilości banerów i kanałów emisji. Celem kampanii założonym i wymaganym przez Zamawiającego jest aby banery wyświetliły się minimum 500 tys. unikatowym użytkownikom w skali roku (mierzonych na podstawie statystyk portali). W przypadku niepełnego roku trwania kampanii do proporcjonalnie mniejszej ilości. Kampanie sponsorowane – Zamawiający pozostawia Wykonawcy decyzję co do natężenia kampanii internetowych przez cały okres trwania kampanii. Natomiast Zamawiający oczekuje aby działania w mediach społecznościowych trwały przez cały okres trwania kampanii.

**Pytanie nr 3**

Dzień dobry, bardzo proszę o odpowiedź na pytanie:

Pisząc, że do oferty Wykonawca ma dołączyć 4 przykładowe materiały wizualne mają Państwo na myśli jeden projekt graficzny dostosowany do różnych nośników reklamowych, w czterech różnych formach, czy cztery różne projekty graficzne dotyczące tej kampanii?

Odpowiedź:

Zamawiający oczekuje jednego projektu graficznego w różnych formatach.

**Pytanie nr 4**

1. Czy hasło to jest otwarta zachęta do tego musimy zrobić osobny logotyp?
2. Jak rozumieją oryginalność przedstawionych propozycji? Tzn. czy rozwiązania (które nie dotyczą tego samego tematu) z innych kampanii (np. dla coca-coli itp.) zostaną uznane jako nieoryginalne?
3. Proszę o doprecyzowanie co w ramach przetargu mamy przygotować (dotyczy kreacji - nie dokumentów)?
4. Co rozumieją Państwo przez materiały wizualne do wykorzystania w kampanii? Np. wizualizacja bannerów internetowych, wizualizacja outdooru, wizualizacja reklamy na Facebooku, KV?
5. SIWZ - na str. 5 - VIII pkt. 3 - czy kwota 300 000zł to kwota netto czy brutto?
6. Czy filmów 30 sekundowych ma być również 10?

Odpowiedź:

1. Otwarta Zachęta to nazwa projektu. Zamawiający oczekuje, że nazwa projektu będzie miała swoją wizualizację, może być w formie logotypu lub w innej formie w tym np. rozwiązanie liternicze z wykorzystaniem odpowiednio dobranej fonty.
2. Oryginalność rozumiemy jako coś unikatowego, wyróżniającego się, zapadającego w pamięć i przykuwającego wzrok. Jeżeli jakieś rozwiązanie zostanie w kampanii użyte w nowatorski sposób będzie uznane za oryginalne i wyróżniające się.



3. Zgodnie z SIWZ prosimy o przygotowanie 4 przykładowych materiałów wizualnych, które zostaną ocenione w kryterium „Jakość”. Zgodnie z odpowiedzią na pytanie nr 3 Zamawiający oczekuje jednego projektu graficznego w różnych formatach.
4. Przez materiały wizualne do wykorzystania w kampanii rozumiemy np. banery internetowe czy wizualizację reklamy na facebooku. Zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia Zamawiający nie przewiduje reklam outdoorowych.
5. Zamawiający wskazuje, że wartość wskazana w warunku dotyczącym doświadczenia jest wartością brutto.
6. Tak. Zamawiający oczekuje, że filmów 30 sekundowych ma być również dziesięć.

#### Pytanie nr 5

W związku z ogłoszonym przetargiem przesyłam pytania. Załączam screen shoty z wybranych fragmentów dokumentacji dla ułatwienia.

1. Czy wszystkie prace kreatywno-produkcyjne, opisane w paragrafie 1, ustęp 2 Umowy, muszą zostać wykonane do 15.02.2021 roku? Wśród tych prac wskazany jest czynnik mediowy. Czy nie jest to błąd?
2. Czy rozliczenie miesięczne ma być proporcjonalne? Czy dopuszcza się rozliczenie miesięczne nieproporcjonalne? Przygotowanie w ciągu 1,5 miesiąca 10 video i innych materiałów kreatywnych wiąże się z istotnymi kosztami po stronie Wykonawcy.
3. Czy Zamawiający pisząc o „emisja filmów promocyjnych na stronach internetowych, nośnikach miejskich, w kinach o zasięgu 500 000 PV (private views) w skali roku” ma na myśli również organiczne obejrzenia bannerów wygenerowane na stronach lub kanałach social media Zamawiającego?
4. Proszę o podanie definicji private views. Czy nie chodzi o page views? Przy czym w odniesieniu do wyświetleń bannerów stosuje się raczej pojęcie screenings (wyświetlenia).
5. Czy Zamawiający pisząc o „wzrost liczby użytkowników strony o nowych unikalnych użytkowników o 80 000 w skali roku” ma na myśli wzrost względem roku 2020 w roku 2021 i 2022 oraz proporcjonalny wzrost w roku 2023?
6. Czy jako podwykonawców mamy rozumieć również platformy takie jak Facebook, Google, Twitter, YouTube, etc.? Proszę wziąć pod uwagę, że pozyskanie od nich wymaganych oświadczeń nie jest możliwe.
7. Czy jako podwykonawców mamy rozumieć również influencerów rozliczających się w oparciu o fakturę? Na etapie składania ofert nie praktykuje się określonego z imienia i nazwiska zbioru influencerów a raczej ich zasięgi mediowe.
8. Czy jako podwykonawcę mamy rozumieć również operatora kamery i dźwiękowca jeśli rozliczamy ich pracę na umowę B2B?
9. Prosimy o zdefiniowanie podwykonawców w zakresie ich roli i formy rozliczenia, relacji z Wykonawcą. Proszę wziąć pod uwagę wymagane przez Zamawiającego oświadczenia.
10. Czy doświadczenie Wykonawcy musi dotyczyć publicznych projektów? Czy można zaprezentować współpracę z klientami publicznymi w oparciu o mniejsze kwoty niż wskazane w SIWZ oraz współpracę z firmami w oparciu o większe kwoty? Czy takie zgłoszenie będzie spełniało kryteria?

#### **Odpowiedź:**

1. W kwestii wykorzystania mediów na tym etapie chodzi wyłącznie o zaproponowanie mediów i nośników oraz propozycję harmonogramu, który będzie uzgadniany pomiędzy stronami a tym samym na dalszym etapie prac może ulec zmianie.



Fundusze Europejskie  
Polska Cyfrowa



Rzeczpospolita  
Polska

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Rozwoju Regionalnego



2. Zgodnie z zapisami istotnych warunków umowy (§ 4 ust. 2) jest zapis że wynagrodzenie będzie płatne w równych, miesięcznych ratach. Zamawiający wprowadza zmianę umowy w tym zakresie poprzez ustalenie następującej treści § 4 ust. 2 umowy:  
„Wynagrodzenie będzie płatne w następujący sposób:
  - 40% wynagrodzenia wykonawcy zapłacone zostanie do lutego 2021 roku w równych miesięcznych ratach liczonych od 40% wartości umowy brutto, począwszy od daty podpisania umowy, tj. w ratach w wysokości ..... Zł (słownie: ..... ) brutto każda rata,
  - 60% wynagrodzenia zapłacone zostanie w równych miesięcznych ratach liczonych od 60% wartości umowy brutto, począwszy od marca 2021 roku, tj. w ratach w wysokości ..... Zł (słownie: ..... ) brutto każda rata, przy czym ostatnia rata płatna będzie po dokonaniu bez zastrzeżeń odbioru końcowego przedmiotu umowy, do dnia 7 lipca 2023 roku.
3. Tak, 500 000 PV, to wartość do której wliczone są zasięgi organiczne.
4. Zamawiający przez sformułowane wymaganie ma na myśli dotarcie do unikatowych użytkowników, tzn. jedna osoba liczona jest tylko raz, nawet jeżeli reklama wyświetliła się jej dwukrotnie. Dotarcie mierzone będzie przez wyświetlenia (nie przez CTR).
5. Tak. Zamawiający pisząc o „wzrost liczby użytkowników strony o nowych unikalnych użytkowników o 80 000 w skali roku” ma na myśli wzrost względem roku 2020 w roku 2021 i 2022 oraz proporcjonalny wzrost w roku 2023.
6. Zamawiający pozostawia Wykonawcom wybór podwykonawców. Definicja umowy o podwykonawstwo zdefiniowana jest w art. 2 pkt 9b ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku Prawo Zamówień Publicznych.
7. Zamawiający pozostawia Wykonawcom wybór podwykonawców. Definicja umowy o podwykonawstwo zdefiniowana jest w art. 2 pkt 9b ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku Prawo Zamówień Publicznych. Zamawiający nie wymaga **przedstawienia z imienia i nazwiska influencerów na tym etapie.**
8. Definicja umowy o podwykonawstwo zdefiniowana jest w art. 2 pkt 9b ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku Prawo Zamówień Publicznych. Zgodnie z nią należy oceniać relacje jakie wiążą Wykonawcę z podmiotami trzecimi.
9. Definicja umowy o podwykonawstwo zdefiniowana jest w art. 2 pkt 9b ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku Prawo Zamówień Publicznych. Zgodnie z nią należy oceniać relacje jakie wiążą Wykonawcę z podmiotami trzecimi. Zamawiający nie wymaga przedłożenia przez podwykonawców oświadczeń wskazanych w art. 25a ust. 5 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku
10. Zgodnie z postanowieniami SIWZ Zamawiający oczekiwał, by wykonawca wykazał, że w okresie ostatnich 3 lat przed wszczęciem postępowania, a jeśli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie – wykonał lub wykonuje co najmniej dwie usługi przeprowadzenia kampanii promocyjnych na rzecz podmiotów publicznych – skierowane do określonych przez Zlecającego grup docelowych, o wartości co najmniej 300 000 zł każda, których zakres obejmował co najmniej jedną kampanię w mediach społecznościowych, realizację filmów reklamowych, produkcję banerów i innych materiałów wizualnych w kampaniach internetowych,

Zamawiający modyfikuje wymaganie w zakresie warunku udziału w postępowaniu o którym mowa w rozdziale VIII pkt 1.3 i wymaga by wykonawca wykazał, że w okresie ostatnich 3 lat



Fundusze Europejskie  
Polska Cyfrowa



Rzeczpospolita  
Polska

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Rozwoju Regionalnego



przed wszczęciem postępowania, a jeśli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie – wykonał lub wykonuje co najmniej

- jedną usługę przeprowadzenia kampanii promocyjnej – skierowanej do określonych przez Zlecającego grup docelowych, o wartości co najmniej 300 000 zł brutto, której zakres obejmował co najmniej kampanię w mediach społecznościowych, realizację filmów reklamowych, produkcję banerów i innych materiałów wizualnych w kampaniach internetowych,
- a także co najmniej jedną kampanię na rzecz podmiotów publicznych, których zakres obejmował, realizację filmów reklamowych, produkcję banerów i innych materiałów wizualnych.

#### **Pytanie nr 6**

Chcielibyśmy przystąpić do przetargu, jaki ogłosił Państwo w dniu 9 października, jednak nie możemy znaleźć jego szczegółów, czy możemy prosić o pomoc w tej kwestii?

Jednocześnie mamy pytanie o formę wadium - czy może zostać wniesione w postaci gwarancji ubezpieczeniowej (wadialnej)?

Na koniec pytanie o możliwość przesunięcia terminu składania ofert do 23 października br?

Będziemy wdzięczni za nadesłanie odpowiedzi na powyższe tak szybko jak to możliwe.

Odpowiedź:

Zamawiający wyjaśnia, że pełna dokumentacja postępowania zamieszczona jest na stronie: <http://tzsp.art.pl/> w zakładce „przetargi”.

Formy wnoszenia wadium wskazane zostały w rozdziale XII pkt 2 SIWZ i są zgodne z art. 45 ust. 6 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku Prawo Zamówień Publicznych. W punkcie tym wymienioną formą wnoszenia wadium jest gwarancja ubezpieczeniowa.

Termin składania ofert wyznaczony został na dzień 30 października 2020 roku godz. 10.00 zgodnie z odpowiedziami udzielonymi na pytania wykonawców w dniu 12 października 2020 roku, zamieszczonymi na stronie [www.tzsp.art.pl](http://www.tzsp.art.pl) w zakładce „przetargi”.

#### **Pytanie nr 7**

Dodatkowo chciałem zapytać czy podstawą do wykazania współprac mogą być protokoły odbioru prac?

Odpowiedź:

Zamawiający w zakresie dokumentów do wykazu usług wymaga dokumentów spełniających wymagania określone w rozdziale IX pkt 1.3 SIWZ, tj. wymagane jest załączenie dowodów określających czy te usługi zostały wykonane należycie, przy czym dowodami, o których mowa, są referencje bądź inne dokumenty wystawione przez podmiot, na rzecz którego dostawy lub usługi były wykonywane, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych są wykonywane, a jeżeli z uzasadnionej przyczyny o obiektywnym charakterze wykonawca nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów – oświadczenie wykonawcy;



**Fundusze Europejskie**  
Polska Cyfrowa



**Rzeczpospolita  
Polska**

**Unia Europejska**  
Europejski Fundusz  
Rozwoju Regionalnego



ZAMAWIAJACY INFORMUJE, ŻE DOKONANE MODYFIKACJE I WYJAŚNIENIA SĄ WIĄŻĄCE DLA WYKONAWCÓW I STANOWIĄ OBOWIĄZUJĄCĄ TREŚĆ SIWZ.

Zofia Sikorska  
*Zofia Sikorska*  
pełnomocnik zarządu