



Olsztyn, dnia 19.06.2019r.

ZP.272.1.41.2019

**Uczestnicy postępowania o udzielenie
zamówienia publicznego**

WYJAŚNIENIE I ZMIANA TREŚCI SIWZ

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego przedmiotem, którego jest: **Organizacja kampanii promującej RPO WiM 2014-2020.**

W związku ze złożoną przez Wykonawców prośbą o udzielenie wyjaśnień, dotyczących zapisów specyfikacji istotnych warunków zamówienia, na podstawie art. 38 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych (Dz. U. 2018 r. poz. 1986 ze zm.), Zamawiający przekazuje treść zapytań Wykonawcom wraz z wyjaśnieniami, jednocześnie na podstawie art. 38 ust. 4 ustawy Pzp dokonuje zmiany treści SIWZ w zakresie objętym wprowadzonymi poniżej zmianami.

Pytanie 1:

Czy Zamawiający udostępnił schemat próby badawczej oraz ankiety z pytaniami wykorzystanych w przeprowadzonym, w roku 2018 badaniu skuteczności kampanii w celu oszacowania kosztów składowych przedmiotowej oferty?

Wyjaśnienie i zmiana treści SIWZ 1:

Zamawiający zmienia treść SIWZ w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia w rozdziale XIII BADANIE SKUTECZNOŚCI KAMPANII punkt 1) **poprzez dodanie treści:**

Badanie dotyczące skuteczności kampanii zostało przeprowadzone na następujących próbach badawczych potencjalnych beneficjentów (N=262) i ogółu mieszkańców województwa do 65 roku życia (N=250).

Potencjalni beneficjenci z województwa warmińsko-mazurskiego:

Rodzaj beneficjenta	Liczebność	Procent
Przedsiębiorstwo	155	59,2%
Organizacja pozarządowa	42	16,0%
JST	55	21,0%
Jednostka badawczo-rozwojowa	10	3,8%

Departament Zamówień Publicznych
10-562 Olsztyn
ul. Emilii Plater 1

T: +48 89 521 98 40
F: +48 89 521 98 49
E: dzp@warmia.mazury.pl
W: www.warmia.mazury.pl

Certyfikat Systemu
Zarządzania Jakością
ISO 9001:2015
Nr 388/2006

Ogółem	262	100,0%
Przedsiębiorstwo mikro	101	65,2%
Przedsiębiorstwo małe	31	20,0%
Przedsiębiorstwo średnie	23	14,8%
Ogółem	155	100,0%
Podregion elbląski	64	24,4%
Podregion ełcki	37	14,1%
Podregion olsztyński	161	61,5%
Ogółem	262	100,0%

Mieszkańcy województwa warmińsko-mazurskiego biorący udział w badaniu:

		Liczebność	Procent
Płeć	kobieta	127	50,8%
	mężczyzna	123	49,2%
	ogółem	250	100,0%
Wiek	15-19	15	6,0%
	20-24	23	9,2%
	25-34	56	22,4%
	35-44	57	22,8%
	45-54	46	18,4%
	55-65	53	21,2%
	ogółem	250	100,0%
Status zawodowy	osoba pracująca	176	70,4%
	osoba ucząca się	38	15,2%
	osoba bezrobotna	36	14,4%
	ogółem	250	100,0%
Wykształcenie	podstawowe i niższe	65	26,0%
	zasadnicze zawodowe	60	24,0%
	średnie ogólnokształcące	25	10,0%
	policealne i średnie zawodowe	54	21,6%

Departament Zamówień Publicznych
10-562 Olsztyn
ul. Emilii Plater 1

T: +48 89 521 98 40
F: +48 89 521 98 49
E: dzp@warmia.mazury.pl
W: www.warmia.mazury.pl

Certyfikat Systemu
Zarządzania Jakością
ISO 9001:2015
Nr 388/2006



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



	wyższe	46	18,4%
	ogółem	250	100,0%
Miejsce zamieszkania	wieś	103	41,2%
	miasto	147	58,8%
	ogółem	250	100,0%

Pytania zadawane podczas badania skuteczności były oparte o poniższą strukturę problemu badawczego.

Znajomość kampanii	Miejsce kontaktu z kampanią	Ocena kampanii	Wy wpływ kampanii na aplikowanie
Znajomość hasła „Otwieramy szuflady, uwalniamy pomysły”	Kontakt poprzez media papierowe	Poczucie przydatności informacji rozpowszechnianych w kampanii	Świadomość grup potencjalnych beneficjentów dofinansowania w ramach RPO
Skojarzenia dotyczące hasła	Kontakt poprzez tradycyjne media elektroniczne	Ocena czytelności przekazów kampanii	Znajomość źródeł informacji o możliwości uzyskiwania dofinansowania
Ocena hasła	Kontakt poprzez nowe media elektroniczne	Ocena możliwości wykorzystania informacji w praktyce	Podejmowanie i planowanie działań związanych z aplikowaniem o dofinansowanie
Świadomość możliwości skorzystania z dofinansowania w ramach RPO WiM 2014-2020	Kontakt poprzez inne kanały komunikowania	Hierarchizacja narzędzi promocji wykorzystanych w kampanii	Wpływ kampanii reklamowej na podejmowanie i planowanie wyżej wymienionych działań

Pytanie 2:

Zamawiający informuje że stronę rpo.warmia.mazury.pl od 1 stycznia 2018 do 1 stycznia 2019 odwiedziło 413 925 UU. Jaki udział Użytkowników pochodził z działań płatnych?

Wyjaśnienie i zmiana treści SIWZ: 2

Zamawiający zmienia treść SIWZ w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia w rozdziale III CELE KAMPANII **poprzez dodanie treści:**

Zamawiający, za Google Analytics, prezentuje poniżej podział użytkowników serwisu rpo.warmia.mazury.pl z uwzględnieniem kanałów ich pozyskania w okresie od 1 stycznia 2018 r. do 1 stycznia 2019 r.:

Kanał pozyskania	Użytkownicy
Direct	51,49%

Departament Zamówień Publicznych
10-562 Olsztyn
ul. Emilii Plater 1

T: +48 89 521 98 40
F: +48 89 521 98 49
E: dzp@warmia.mazury.pl
W: www.warmia.mazury.pl

Certyfikat Systemu
Zarządzania Jakością
ISO 9001:2015
Nr 388/2006

Social	19,03%
Organic Search	11,48%
(Other)	8,83%
Display	6,05%
Referral	2,93%
Paid Search	0,19%

Pytanie 3:

Ile dokładnie będzie akcji promowania naborów a ile instrumentów finansowych?

Wyjaśnienie 3:

Na tym etapie Zamawiający nie jest w stanie podać dokładnego podziału na akcje promowania naborów i akcje promowania instrumentów finansowych. W dużej mierze prowadzone akcje promocyjne będą zależne m.in. od daty rozpoczęcia kampanii, poziomu zaawansowania realizacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Warmińsko-Mazurskiego i obowiązującego harmonogramu naborów.

Pytanie 4:

Czy jest konieczne opatrywanie tłumaczeniem migowym wideopostów na FB?

Wyjaśnienie 4:

Tak, tłumaczenie postów wideo na język migowy jest konieczne.

Pytanie 5:

Czy będzie możliwe korzystanie z zasobów zdjęciowych Zamawiającego, skoro zdjęcia nie mogą być katalogowe i „każdorazowo [...] mają nawiązywać i przedstawiać rzeczywistość Warmii i Mazur”. W SOPZ mowa jest o tym, że „Zamawiający po zawarciu umowy przekaze Wykonawcy niezbędne materiały (z kampanii medialnej z 2018 r.), które będą pomocne w projektowaniu linii graficznej obecnej kampanii”. Pytanie, czy powyższy zapis dotyczy również zdjęć

Wyjaśnienie 5:

Zamawiający nie będzie udostępniał swoich zasobów zdjęciowych do realizacji kampanii.

Pytanie 6:

W jakim terminie nastąpi przekazanie spotów TV i radiowego (czy po podpisaniu umowy, czy jest możliwość wglądu na etapie projektowania oferty)?

Wyjaśnienie i zmiana treści SIWZ 6:

Zamawiający zmienia treści SIWZ w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia w Rozdziale X WYMAGANIA MEDIA punkt 3) **poprzez dodanie treści:**

Zamawiający udostępnia potencjalnym Wykonawcom spot radiowy <https://repozytorium.warmia.mazury.pl/public/548052>.

oraz punkt 4) **poprzez dodanie treści:**

Zamawiający udostępnia potencjalnym Wykonawcom spot tv <https://youtu.be/Zvjwta6e6hU>.

Departament Zamówień Publicznych
10-562 Olsztyn
ul. Emilii Plater 1

T: +48 89 521 98 40
F: +48 89 521 98 49
E: dzp@warmia.mazury.pl
W: www.warmia.mazury.pl

Certyfikat Systemu
Zarządzania Jakością
ISO 9001:2015
Nr 388/2006

