

WOJEWÓDZKI URZĄD PRACY w WARSZAWIE
ul. Młynarska 16, 01-205 Warszawa
tel. +48 22 578 44 00, fax +48 22 578 44 07
mail: wup@mazowsze.pl
łącze do strony: wupwarszawa.praca.gov.pl



WOJEWÓDZKI URZĄD PRACY
w WARSZAWIE

25^{lat} Mazowsze

Warszawa, 22 maja 2023 r.

ZZP.262.21.2.2023.MD

ODPOWIEDZI NA PYTANIA

Dotyczy postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie art. 275 pkt 1 ustawy z dnia 11 września 2019 r. - Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2022 r., poz. 1710 z późn. zm.) zwanej dalej „uPzp” pn.:

Kompleksowa realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej, polegającej na promocji działań wdrażanych przez WUP w Warszawie w ramach Nowej Perspektywy 2021-2027 oraz prezentacji efektów wdrażania PO WER i RPO WM 2014-2020.

I. Działając na podstawie art. 284 ust. 2 uPzp Zamawiający udziela następujących wyjaśnień treści specyfikacji warunków zamówienia:

Pytanie 1

Czy Zamawiający może udostępnić zbiór materiałów, danych, kluczowych wyników, które powinny zostać uwzględnione w przygotowywanej dla potrzeb oceny ofert koncepcji? Czy Zamawiający może wskazać internetowe źródła informacji, do których życzy sobie odniesienia w koncepcji?

Odpowiedź 1

Film informacyjno-promocyjny będzie dotyczył działań zrealizowanych w ramach POWER, link do broszury dotyczącej naszych działań realizowanych w ramach POWER: <https://power-wupwarszawa.praca.gov.pl/documents/1472240/0/broszura%20PO%20WER.pdf/77c6684a-4283-4d6a-901a-e9d3f1a436c2>.



WOJEWÓDZKI URZĄD PRACY
w WARSZAWIE

Sprawę prowadzi: Marek Dybczak
Starszy inspektor, Zespół ds. Zamówień Publicznych
tel. +48 22 578 44 71, mail: m.dybczak@wup.mazowsze.pl

Pytanie 2

Czy Zamawiający potwierdza, że postępowanie w zakresie produkcji filmowej oraz zadanie przetargowe dotyczą formy animowanej, nie zaś filmowej?

Odpowiedź 2

Film informacyjno-promocyjny, który zostanie wyprodukowany w ramach zamówienia ma mieć formę animowaną. Zgodnie z treścią opisu przedmiotu zamówienia: „Film ma być w całości animowany i rysunkowy, tzn. w filmie oprócz rysunku mogą być wykorzystywane różne techniki animacji, np. wycinanie i naklejanie poszczególnych elementów historii, użycie różnych rekwizytów, zdjęć, itp., a opowiadana historia (głos lektora z offu) może być wyrysowana przez widoczną na ekranie np. rękę”. W prowadzonym postępowaniu jest mowa o produkcji filmu informacyjno-promocyjnego, nie zaś produkcji filmowej.

Pytanie 3

Kampania banerowa punkt 3.

Czy wykonawca ma obowiązek dostosować baner do wszystkich dostępnych na rynku formatów reklam graficznych, czy jedynie tych, których zamierza używać w kampanii?

Na rynku funkcjonują setki formatów graficznych i nie widzimy sensu przygotowywania formatów, które są rzadko używane i/lub nie będą używane w kampanii. Jeśli jednak założeniem zamawiającego było otrzymanie przeformatowań, które mógłby użyć w działaniach innych niż te których dotyczy przetarg, to czy zamawiający mógłby przygotować listę formatów na które wykonawca ma zrobić przeformatowania? Jest to konieczne do prawidłowej wyceny punktu, którego dotyczy to pytanie

Odpowiedź 3

Zamawiający pisząc, że Wykonawca ma obowiązek dostosować baner do wszystkich dostępnych formatów reklam graficznych, ma na myśli formaty użyte w kampanii.

Pytanie 4

Kampania banerowa punkt 10

Zawężenie grupy celowej na etapie realizacji może wpłynąć na cenę jednostkową i/lub potencjał kampanii, prosimy o sprecyzowanie grupy odbiorców już teraz.

Odpowiedź 4

Grupy docelowe dla kampanii banerowej:

- a) Osoby bezrobotne, zarejestrowane w urzędach pracy, chcące zmienić swoją sytuację zawodową, szukające pracy, osoby zainteresowane udziałem w bezpłatnych szkoleniach podnoszących kwalifikacje zawodowe, czy też stażach. (baner pierwszy)
- b) Kobiety bezrobotne, które chcą zmienić swoją sytuację na rynku pracy i znaleźć pracę, kobiety niezarejestrowane w urzędzie pracy, szczególnie kobiety ze średnim wykształceniem lub niższym, kobiety do 30 roku życia, kobiety z Regionu Mazowieckiego Regionalnego, osoby zainteresowane udziałem w bezpłatnych szkoleniach podnoszących kwalifikacje zawodowe, czy też stażach. (baner drugi)

Pytanie 5

Kampania banerowa punkt 11

Do czego odnosi się ten punkt? Czy zamawiający przewiduje kilka etapów kampanii. Z pozostałych punktów nie wynika takie założenie. Czy jeśli ma być kilka terminów, to ile? I czy w każdym ma być osiągnięta minimalna liczba wyświetleń/ przekierowań?

Odpowiedź 5

Zamawiający planuje, że będą dwa banery, każdy dla innej informacji ponaborowej. Dlatego będą dwa terminy publikacji banerów.

Pytanie 6

Kampania banerowa punkt 16

Czy ten punkt jest niezamierzonym powtórzeniem informacji z punktu 6, czy odnosi się do innej części kampanii – mianowicie do części opisanej w punktach 14, 15 i 15 (powtórzona numeracja)?

Odpowiedź 6

Informacja w punkcie 6 odnosi się do banerów emitowanych za pośrednictwem sieci Google, a w punkcie 16 do banerów bezpośrednio zamieszczonych na portalach informacyjnych.

Pytanie 7

Kampania banerowa punkt 14-15

Zawężenie grupy celowej na etapie realizacji może wpłynąć na cenę jednostkową i/lub potencjał kampanii, prosimy o sprecyzowanie grupy odbiorców już teraz.

Odpowiedź 7

Tak, ten sam baner, który będzie zamieszczony za pośrednictwem sieci Google, będzie w tym samym czasie publikowany na portalach informacyjnych.

II. Zgodnie z art. 284 ust. 6 treść zapytań wraz z wyjaśnieniami zostaną udostępnione na stronie Platformy Zakupowej <https://platformazakupowa.pl/pn/wupwarszawa> prowadzonego postępowania.

Kierownik Zespołu ds. Zamówień Publicznych

Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Warszawie

Mariola Szymańska

/podpis elektroniczny/