



Rzeczpospolita  
Polska



Śląskie.

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Rozwoju Regionalnego



Znak sprawy:

Czeladź, dnia 11.01.2021 r.

ZP/32/U/MZGK/20

WI.26.50.2020

## ODPOWIEŹ NA PYTANIE WYKONAWCY

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na usługę pn. **Kampania promocyjna w ramach projektu p.n. „Aktywizacja gospodarcza terenu byłej KWK Saturn w Czeladzi wraz z uzbrojeniem terenu (brownfield)”**.

W związku z otrzymaniem pytania w dniu 07.01.2021r. do Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia – działając na podstawie art. 38 ust 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity Dz. U. z 2019 r., poz. 1843) stosowanego na mocy art. 90 ust. 1 przepisów wprowadzających ustawę z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz.U. z 2019 r. poz. 2019 z późn. zm.) zwanej dalej „ustawą” Zamawiający przekazuje treść pytania i udziela poniższej odpowiedzi:

### Pytanie Wykonawcy:

„Odnosnie przetargu dot. aktywizacji gospodarczej terenu byłej KWK Saturn w Czeladzi prosiłbym od doprecyzowanie kilku kwestii. Istotne kwestie zaznaczyłem poniżej na czerwono.

Do obowiązków Wykonawcy w ramach zamówienia należy:

- Opracowanie projektu strategii kampanii promującej tereny inwestycyjne wskazane w Przedmiocie Zamówienia.
- Przygotowanie koncepcji przekazu promocyjnego: hasła i slogany, copywriting.
- Stworzenie systemu identyfikacji wizualnej i projektów graficznych.
- Prezentacja multimedialna.
- Film promocyjny trwający co najmniej 120 sekund. Film musi zostać wyprodukowany w języku polskim oraz w języku angielskim.
- Spoty przeznaczone do emisji w telewizji i publikacji w Internecie. Długość spotów nie krótsza niż 15 sekund. **LICZBA SPOTÓW**
- Zaprojektowanie i produkcję materiałów drukowanych w tym: folderów promocyjnych w ilości nie mniejszej niż 750 sztuk (**ILE STRON MA MIEĆ FOLDER, FORMAT FOLDERU**), ulotek, teczek w ilości nie mniejszej niż 750 sztuk, wizytówek w ilości nie mniejszej niż 750 sztuk, zaproszeń w ilości nie mniejszej niż 750 sztuk. Foldery muszą zostać wykonane w języku polskim oraz angielskim w następującym nakładzie:
  - 500 sztuk w języku polskim,
  - 250 w języku angielskim
- Projekt i wykonanie stoiska wystawienniczego, wykorzystujące elementy multimedialne. **WIELKOŚĆ STOISKA, ELEMENTY STOISKA**
- Zaprojektowanie ogłoszeń prasowych i wykupienie powierzchni reklamowej w wyselekcjonowanych periodykach poruszających tematykę biznesową i inwestycyjną, minimum jedno w dzienniku i jedno w czasopiśmie. W przypadku czasopism branżowych Zamawiający dopuszcza te o zasięgu

ogólnopolskim oraz lokalnym. Podobnie w przypadku periodyków takich jak dzienniki, Zamawiający dopuszcza zarówno te o zasięgu ogólnopolskim jak i prasę regionalną. **CZĘSTOTLIWOŚĆ EMISJI, POWIERZCHNIA REKLAMY, WIELKOŚĆ OGŁOSZENIA PRASOWEGO**

- Wykupienie czasu antenowego i emisja spotów reklamowych w ilości nie mniejszej niż 7, o długości nie krótszej niż 15 sekund, każdy spot w wybranych stacjach telewizyjnych poruszających tematykę biznesową lub informacyjną. W przypadku portali internetowych Zamawiający dopuszcza artykuły sponsorowane oraz emisję reklam w formie pop-up. **LICZBA SPOTÓW DO WYPRODUKOWANIA, CZĘSTOTLIWOŚĆ/DŁUGOŚĆ EMISJI (TV I ONLINE)**

- Projekt i budowa responsywnej strony internetowej typu one page, uruchomienie profilu na Facebooku i wykupienie reklamy internetowej w portalach o tematyce biznesowej lub informacyjnej. **WIELKOŚĆ REKLAMY INTERNETOWEJ, DŁUGOŚĆ EMISJI, LICZBA ODSŁON REKLAMY W POSZCZEGÓLNYCH PORTALACH. INFORMACJA PO CZYJEJ STRONIE BĘDĄ LEŻEĆ KOSZTY UTRZYMANIA STRONY INTERNETOWEJ.**

- Przygotowanie projektów wydruków wielkoformatowych i ich produkcja oraz wykupienie powierzchni na nośnikach reklamy zewnętrznej na nośnikach w Czeladzi o formacie minimum 504 cm x 238 cm, w ilości nie mniejszej niż 5 sztuk. **DŁUGOŚĆ EMISJI**

- Zapewnienie udziału w wybranych targach i konferencjach na terenie Polski z udziałem potencjalnych inwestorów. Zamawiający wymaga udziału na co najmniej 2 do 4 targach / konferencjach. Zamawiający dopuszcza zarówno formę stacjonarną jak i on-line. **KTO ZAPEWNIĄ GOŚCI/UCZESTNIKÓW, PISZĄ PAŃSTWO O WYBRANYCH TARGACH, JAKIE TO BĘDĄ TARGI**

- Organizacja spotkań z inwestorami i prezentacja terenów inwestycyjnych wskazanych w Przedmiocie Zamówienia. Zamawiający nie wskazuje ilości spotkań z inwestorami, ponieważ nie posiada wiedzy ilu będzie potencjalnych inwestorów. Wykonawca winien przyjąć liczbę zgodnie ze swoimi założeniami. **FORMA SPOTKAŃ, MIEJSCE SPOTAŃ**

#### **Odpowiedź Zamawiającego:**

Wszelkie kwestie, których dotyczy pytanie winny zostać określone przez Wykonawcę we wstępnej koncepcji kampanii promocyjnej, która zgodnie z SIWZ powinna stanowić załącznik do oferty (zgodnie ze wskazaniem zawartym w pkt X ppkt 2d SIWZ). Ocena wstępnej koncepcji kampanii promocyjnej jest jednym z kryteriów oceny ofert, opisanym w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia. Ustalenie więc powyższych kwestii leży w gestii Wykonawcy dlatego też Zamawiający nie może nic narzucać w przedmiotowym zakresie.

Koszty utrzymania strony internetowej leżą po stronie Zamawiającego. Przedmiotem zamówienia w zakresie strony internetowej jest jedynie zaprojektowanie i budowa strony internetowej.

W kwestii targów i konferencji Zamawiający wymaga tylko aby odbywały się one na terenie Polski z udziałem potencjalnych inwestorów.

**Niniejsze pismo stanowi integralną część SIWZ w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego ZP/32/U/MZGK/20**