



BA.WZP.262.32.2024

nr postępowania PN-19/2024

Warszawa, 30 sierpnia 2024 r.

Do Wykonawców ubiegających się o udzielenie zamówienia

Dotyczy: postępowania na obsługę emisji kampanii internetowej na temat kompetencji cyfrowych oraz cyfryzacji

Szanowni Państwo,

Zamawiający udziela odpowiedzi na pytania, które wpłynęły w postępowaniu¹:

Pytanie nr 1. Rozliczenia z tytułu: „Wysokość prowizji zaoferowana przez Wykonawcę”. Co będzie obejmowała kwota od której będzie liczona prowizja dla poszczególnych kategorii:

- Prowizja za zakup bezpośredni display, video i audio oraz działania płatne w mediach społecznościowych (Paid Social).
- Prowizja za działania płatne w wyszukiwarkach (Paid Search) zwłaszcza w przypadku działań o charakterze usługi:
- Prowizja za działania kontentowe i niestandardowe.

Odpowiedź:

Zgodnie z § 1 ust. 1 pkt t) Istotnych Postanowień Umowy, Prowizja Wykonawcy to należne wynagrodzenie brutto dla Wykonawcy za emisję Materiałów Reklamowych.

Podstawą do wyliczenia Prowizji będą Koszty Emisji Reklam oraz Inne Faktycznie Poniesione Koszty, przy czym Prowizji nie nalicza się od Kosztów Technicznych.

Poniżej praktyczne przykłady dla każdego rodzaju prowizji:

- „Prowizja za zakup bezpośredni display, video i audio oraz działania płatne w mediach społecznościowych (Paid Social)” będzie naliczana przykładowo od kosztów zakupu emisji reklam na platformie Facebook/Instagram od Meta;
- „Prowizja za działania płatne w wyszukiwarkach (Paid Search)” będzie naliczana przykładowo od kosztów zakupu emisji reklam w wyszukiwarce od Google;
- „Prowizja za działania kontentowe i niestandardowe” będzie naliczana przykładowo od kosztów zakupu artykułów natywnych/sponsorowanych od portalu internetowego.

¹ Art. 135 ust. 2 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2023 r. poz. 1605 ze zm., zwanej dalej „pzp”).

Pytanie nr 2. Zapis w OPZ: Działanie niestandardowe (opcjonalnie) – zaproponowane na etapie realizacji umowy i prowadzone we współpracy z Dysponentami Mediów, np. konkursy, webinary, akcje specjalne

O jakich Dysponentach Mediów jest mowa w przypadku działań takich jak wspomniane - np. konkursy, webinary, akcje specjalne.

W związku z zapisem „Wykonawca będzie rekomendować wyłącznie takie działania, które udokumentuje zleceniem lub umową i fakturą od Dysponenta Mediów na taką samą kwotę jak Koszt Emisji Reklam lub faktycznie poniesione koszty przedstawione Zamawiającemu.” nie jest dla nas zrozumiałe jak będzie rozliczone np. zorganizowanie przez nas jako agencję konkursu lub akcji specjalnej.

Odpowiedź:

W przypadku działań niestandardowych, takich jak np. konkursy, webinary, akcje specjalne, Dysponentami Mediów będą wykonawcy zewnętrzni, czyli np. portale horyzontalne lub tematyczne. Te podmioty zewnętrzne będą realizowały działania niestandardowe, a wykonawca kampanii będzie zapewniał nadzór i obsługę takich działań. Podstawą rozliczenia kosztów takich działań będzie przede wszystkim faktura wykonawcy zewnętrznego tj. Dysponenta Mediów, bądź inny dokument jednoznacznie potwierdzający faktyczne poniesienie danego kosztu na realizację danego działania niestandardowego.

Pytanie nr 3: Prosimy także o wydłużenie czasu składania ofert z uwagi na zadane pytania i oczekiwanie na odpowiedź oraz trwający sezon urlopowy w związku z koniecznością pozyskania wycen od Dysponentów Mediów.

Odpowiedź:

Zamawiający nie przewiduje wydłużania terminu na składanie ofert, ponieważ formularz cenowy zawiera jedynie kilka pozycji kosztowych wynikających z cenników Dysponentów Mediów.

Działania niestandardowe są działaniami nieobligatoryjnymi, które może być prowadzone już na etapie realizacji umowy.

Z wyrazami szacunku,

Marek Gieorgica

Dyrektor Biura Komunikacji

/dokument podpisany elektronicznie/