

Strona internetowa prowadzonego postępowaniawww.dot.org.pl**1/2025/CZ-PL/OUK****I.dz. 1/2025**

Dotyczy: Postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie podstawowym pn. „Kampania SEO i Google Ad Words oraz kampania online w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram) w ramach projektu „Odkryj Ukryte Klejnoty II” nr rej: CZ.11.02.01/00/23_004/0000126 w ramach programu Interreg Czechy-Polska 2021-2027.” (sygn. postępowania 1/2025/CZ-PL/OUK).

PYTANIA I ODPOWIEDZI DO TREŚCI SWZ ORAZ INFORMACJA O ZMIANIE SWZ

Działając na podstawie art. 284 ust. 2 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych, zwanej dalej „ustawą Pzp”, Zamawiający Dolnośląska Organizacja Turystyczna z siedzibą we Wrocławiu przy ul. Świdnickiej 44, przekazuje poniżej treść otrzymanych zapytań dotyczących przedmiotowego postępowania wraz z udzielonymi odpowiedziami.

Pytanie nr 1

W związku z prowadzonym postępowaniem dotyczącym realizacji kampanii online w ramach projektu „Odkryj Ukryte Klejnoty II”, uprzejmie proszę o doprecyzowanie, który dokument należy uznać za wiążący przy interpretacji zakresu zamówienia –

czy będzie to Załącznik nr 2 do SWZ,

czy też §2 wzoru umowy (Załącznik nr 1 do SWZ).

Oba dokumenty zawierają bardzo zbliżony opis obowiązków Wykonawcy, jednak występują między nimi pewne różnice, szczególnie w zakresie określenia wskaźników efektywności (KPI).

Załącznik nr 2 do SWZ (w szczególności pkt 1–4) odnosi się do rezultatów działań promocyjnych rozliczanych miesięcznie w okresie 18 miesięcy, w tym:

SEO:

tworzenie comiesięcznych raportów z działań oraz wyników pozycjonowania (pkt 1h),

comiesięczne raportowanie najważniejszych wskaźników (pkt 1j),

Google Ads:

przygotowanie raportów miesięcznych przez cały okres realizacji umowy (pkt 2f),

Meta Ads:

przygotowanie raportów miesięcznych przez cały okres realizacji umowy (pkt 3g),

Czechy - Polska

oraz w pkt 4 przewidziano miesięczne rezultaty kampanii online, z określonymi minimalnymi wartościami efektywności (np. 1000 wejść na stronę, 30 tys. odbiorców reklam, min. 500 kliknięć).

Tymczasem §2 ust. 4 wzoru umowy zawiera ten sam zestaw KPI, ale traktuje je jako warunki końcowego rozliczenia całości działań, bez odniesienia do ich cyklicznego monitorowania i raportowania w trakcie trwania umowy.

W związku z powyższym uprzejmie proszę o wskazanie:

który z dokumentów (SWZ czy umowa) powinien być traktowany jako nadrzędny przy składaniu oferty,

oraz czy obowiązującym zakresem realizacji i monitorowania KPI są comiesięczne rezultaty opisane w Załączniku nr 2 do SWZ,

czy raczej wskaźniki traktowane jako końcowe, zawarte w §2 ust. 4 wzoru umowy.

Z góry dziękujemy za wyjaśnienie i potwierdzenie, który z dokumentów oraz które zapisy dotyczące efektywności kampanii będą dla Państwa wiążące i będą stanowiły podstawę do rozliczenia umowy.

Odpowiedź:

Działając na podstawie art. 286 ust. 1 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych, zwanej dalej „ustawą Pzp”, Zamawiający Dolnośląska Organizacja Turystyczna z siedzibą we Wrocławiu przy ul. Świdnickiej 44, dokonuje korekty Wzoru umowy (Załącznik nr 1 do SWZ) poprzez dopisanie w §2 ust. 4 wzoru umowy w pkt. 4 b i pkt. 4 c „miesięcznie”.

Pytanie nr 2

Jaki jest szacunkowy budżet realizacji zamówienia?

Odpowiedź:

Szacunkowa wartość zamówienia wynosi 89 055,00 zł netto.

Pytanie nr 3

Jaki jest budżet, jaki Zamawiający zamierza przeznaczyć na realizację Zamówienia?

Odpowiedź:

Zamawiający zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia kwotę 111 290,40 zł brutto.

Pytania i udzielone odpowiedzi stanowią integralną część SWZ i są obowiązujące.