

## Pytania i wyjaśnienia

Na podstawie art. 38 ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 1843) w związku z zapytaniem Wykonawcy wniesionym w dniu 03.07.2020 r. do postępowania o zamówienie – **PN/4/20**, Zamawiający udziela odpowiedzi:

### Pytanie 1.

Dokumenty zgodnie ze specyfikacją mogą być składane w formie kserokopii z poświadczeniem „zgodności z oryginałem”. Czy dokumentem spełniającym takie wymaganie będzie podbita pieczęcią Wykonawcy i opatrzona parafką osoby upoważnionej kserokopia? Czy musi znaleźć się na niej sformułowanie „za zgodność z oryginałem”?

### Zamawiający wyjaśnia:

Przez kopię potwierdzoną za zgodność z oryginałem należy rozumieć:

- 1) kopię dokumentu zawierającą klauzulę "za zgodność z oryginałem" umieszczoną na każdej stronie dokumentu wraz z datą i czytelnymi podpisami (podpis nieczytelny jest dopuszczalny wyłącznie z pieczęcią imienną osoby składającej podpis) osób uprawnionych do potwierdzania dokumentów za zgodność z oryginałem, lub
- 2) kopię dokumentu zawierającą na jednej ze stron dokumentu klauzulę "za zgodność z oryginałem od strony 1 do strony ..." wraz z datą i czytelnymi podpisami osób uprawnionych do potwierdzania dokumentów za zgodność z oryginałem. Wszystkie strony tak potwierdzonego dokumentu muszą być ponumerowane i przedstawione w sposób wskazujący na integralność dokumentu (np. zszyte).

### Pytanie 2

Czy w związku z sytuacją związaną z utrzymującym się w Polsce stanem epidemii **Covid-19** i gorszą dostępnością usług m.in. pocztowych oraz zagrożeniem epidemicznym i przy jednoczesnym krótkim terminie przygotowania Oferty Zamawiający dopuszcza składanie Ofert wraz załącznikami drogą wyłącznie elektroniczną, w postaci skanów przesłanych mailowo?

**Zamawiający wyjaśnia:**

Zamawiający nie dopuszcza składania ofert wraz z załącznikami drogą elektroniczną w postaci skanów przesłanych mailowo.

**Pytanie 3**

Czy w związku z zagrożeniem pandemią Covid-19 Zamawiający przewiduje **transmisję on-line** z otwarcia ofert?

**Zamawiający wyjaśnia:**

Zamawiający nie przewiduje transmisji on-line z otwarcia ofert.

**Pytanie 4**

Prosimy o informację, czy Zamawiający wymaga, by **artykuły**, które powstaną w ramach zamówienia miały charakter stricte reklamowy – sponsorowany, jak wskazuje SIWZ? Jak Zamawiający definiuje „artykuł sponsorowany”? Czy dopuszcza publikacje o charakterze natywnym – artykuły natywne?

**Zamawiający wyjaśnia:**

Zgodnie z SIWZ za artykuły sponsorowane należy uznać treści publikowane odpłatnie. Wybór formy zależy od Wykonawcy, niemniej biorąc pod uwagę konieczność posługiwania się ściśle określoną terminologią (w rozumieniu chociażby nazw programów operacyjnych), artykuły i tak będą musiały być uznane za treści sponsorowane. Stąd też, na potrzeby SIWZ, Zamawiający posługuje się taką terminologią.

**Pytanie 5**

Prosimy o przykładowe **benchmarki artykułów**, grafik i infografik spełniających wymagania Zamawiającego.

**Zamawiający wyjaśnia:**

W załączeniu dwa przykładowe teksty z realizacji ubiegłorocznej kampanii oraz grafiki wykorzystane w reklamach na FB.

Przykładowe teksty i grafiki zostały zamieszczone pod wyjaśnieniami.

### **Pytanie 6**

Czy każdy artykuł, o którym mowa w SIWZ, powinien zostać opatrzony przygotowaną specjalnie w celu jego ilustracji **infografiką**? Czy wystarczające jest zdjęcie / zdjęcia?

#### **Zamawiający wyjaśnia:**

SIWZ nie określa konieczności posługiwania się infografiką w każdym przypadku. Niemniej przy przedstawianiu procedur, schematów, czy możliwości wsparcia, infografika jest zdecydowanie bardziej praktyczna niż posługiwanie się zdjęciem.

### **Pytanie 7**

Każdy z **artykułów** powinien uzyskać 1 000 UU, czy liczą się tylko userzy pozyskani w ramach woj. śląskiego? Czy ich wybór powinien zostać dokonany na podstawie cookies?

#### **Zamawiający wyjaśnia:**

SIWZ wskazuje, że artykuły powinny być targetowane na województwo śląskie.

### **Pytanie 8**

Czy Zamawiający dopuszcza inne kanały promocji wideo poza **YouTube**, jak np. VOD?

#### **Zamawiający wyjaśnia:**

Nie. Zgodnie z SIWZ promocja powinna się odbywać z wykorzystaniem kanału Praca TV, który Zamawiający posiada na YT.

### **Pytanie 9**

Czy Wykonawca może przedstawić alternatywne, ale równie / bardziej atrakcyjne i dostosowane do kanałów social media, w tym Facebooka, rozwiązania dot. punktu **wideo** zamiast wideo typu Whiteboard?

#### **Zamawiający wyjaśnia:**

SIWZ precyzyjnie wskazuje, że powinny to być treści w formie whiteboard animation.

### **Pytanie 10**

W związku z bardzo dużą różnorodnością **wideo** typu Whiteboard prosimy o przykłady – linki przykładowe do tego typu materiałów wideo, które spełniają wymagania Zamawiającego / benchmarki.

**Zamawiający wyjaśnia:**

Przedstawienie koncepcji należy do Wykonawcy z uwzględnieniem dostępnych narzędzi i budżetu na etapie samej realizacji. Zamawiający co do zasady nie narzuca konkretnych rozwiązań w tym zakresie.

Katowice, dnia 7 lipca 2020 r.

*Z up. Dyrektora  
Wojewódzkiego Urzędu Pracy  
w Katowicach  
/- / Marcin Flaczyński  
Wicedyrektor*