



DSR-ZP-III.271.11.2022

Odpowiedzi na pytania

Zamawiający: Miasto Łódź, ul. Piotrkowska 104, 90-926 Łódź, Łódzkie Centrum Wydarzeń, ul. Piotrkowska 87, 90-423 Łódź, „EC1 Łódź – Miasto Kultury”, ul. Targowa 1/3, 90-022 Łódź, Miejski Ogród Zoologiczny w Łodzi Sp. z o.o., ul. Konstantynowska 8/10, 94-303 Łódź, w nawiązaniu do złożonych pytań w postępowaniu, pn. **Kampania promująca atrakcyjność turystyczną Miasta Łódź (dalej Miasta), poprzez zwiększenie ogólnokrajowej rozpoznawalności kluczowych dla rozwoju Miasta atrakcji turystycznych oraz oferty kulturalnej m. in. ulicy Piotrkowskiej, samorządowej instytucji kultury EC1 Łódź - Miasto Kultury, Łódzkiego Ogrodu Zoologicznego ze szczególnym uwzględnieniem Orientarium oraz centrów handlowo - usługowych, powstałych w wyniku rewitalizacji pofabrycznych przestrzeni, o istotnym znaczeniu dla historii i rozwoju Miasta**” przekazuje odpowiedzi:

1. Prosimy o wyjaśnienie, jakie ramy czasowe dla kampanii online należy przyjąć?
Z jednej strony OPZ nie wskazuje ostatecznego zakresu terminów, z drugiej daje zamawiającemu możliwość wstrzymywania i przesuwania elementów kampanii.
Odpowiedź jest ważna dla oszacowania kosztów oferty.

Odpowiedź:

Czas trwania pierwszej odsłony wynosi minimum do końca czerwca, zaś drugiej odsłony wynosi od dnia zakończenia pierwszej odsłony do końca roku 2022, przy założeniu, że w różnych kanałach (np Google Ads i Facebook Ads) pierwsza odsłona powinna, ale nie musi zakończyć się tego samego dnia.

2. Czy cena, którą przedstawimy dotyczy zrealizowania wskaźników kampanii w określonym czasie, czy przewidują Państwo mechanizm rozliczeń na wzór umowy ramowej?

Odpowiedź:

Oferta Wykonawcy powinna zakładać kompleksowe wykonanie umowy oraz osiągnięcie wyznaczonych celów kampanii w określonym w Umowie czasie i zawrzeć się w czterech kryteriach, które poddane będą ocenie, zgodnie z zapisami SWZ.

3. Kampania internetowa ma być prowadzona i rozliczana poprzez Państwa konto. Zamawiający zastrzega, że środki pozostawione przez Wykonawcę będą do dyspozycji Zamawiającego po zakończeniu umowy? Czy mogliby Państwo wyjaśnić ten mechanizm w świetle postanowień umowy? Wykonawca jest zobowiązany do zrealizowania odpowiednich wskaźników i zasięgów, przedstawiony mechanizm w praktyce polegałby na umowa przekazywaniu środków finansowych przez Wykonawcę Zamawiającemu.

Odpowiedź:

Mechanizm ten ma zapewnić Zamawiającemu możliwość kontynuowania działań promocyjnych Miasta, polegających na kolejnych odsłonach kampanii, opartych o materiały tworzone bez współpracy z Wykonawcą oraz nienaruszających praw własności intelektualnej Wykonawcy.

4. Czy mogliby Państwo wyjaśnić, na jakiej podstawie wyliczono wskaźnik liczby odwiedzin w Orientarium? To kluczowy parametr Oferty, wiedza na ten temat ułatwiłaby dokonanie szacunku.



URZĄD MIASTA ŁÓDZI

Odpowiedź:

Prognoza frekwencji w Orientarium opiera się na danych historycznych udostępnionych przez ZOO Wrocław w pierwszym, pełnym roku działalności tj. w 2015 roku i latach kolejnych.

Prognoza frekwencji stanowi załącznik do SWZ.

Zamawiający nie przedłuży terminu składania i otwarcia ofert.

Pytania zadane przez Wykonawcę i odpowiedzi udzielone przez Zamawiającego stanowią integralną część *Specyfikacji Warunków Zamówienia*.

z up. Prezydenta Miasta Łodzi
Roman Cieślak
/podpis nieczytelny/
Dyrektor
Wydziału Zamówień Publicznych

