

Gdańsk, dnia 14.10.2020r.

Dot. Zapytania ofertowego na promocję produktu turystycznego - Centrum św. Jana, w ramach projektu pt. „Rewaloryzacja i adaptacja kościoła św. Jana w Gdańsku na Centrum św. Jana – etap II” w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020, Osi Priorytetowej 8 Konwersja, Działania 8.3 Materialne i niematerialne dziedzictwo kulturowe współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

Zgodnie z ust. 9 zapytania ofertowego, zamawiający przekazuje wyjaśnienia treści zapytania ofertowego.

Lp	Pytanie wykonawcy	Odpowiedź zamawiającego
1	Czy reklama prasowa ma zostać ostatecznie opublikowana tylko w jednym tytule gazety (wydawnictwie) i 1 raz w przypadku dziennika ogólnopolskiego i miesięcznika zaś 2 razy w przypadku tygodnika?	Tak, reklama prasowa ma zostać ostatecznie opublikowana tylko w jednym tytule gazety (wydawnictwie), jeden raz w przypadku dziennika ogólnopolskiego i miesięcznika, dwa razy w przypadku tygodnika
2	Zamawiającemu mamy przedstawić 3 propozycje nazw wydawnictw i ostatecznie zostanie wybrany jeden tytuł prasy/nazwa wydawnictwa?	Tak, należy Zamawiającemu przedstawić 3 propozycje wydawnictw, z czego ostatecznie zostanie wybrany jeden tytuł prasy/wydawnictwa
3	Czy aby otrzymać maksymalną ilość punktów w kryterium za „ilość emisji spotów w kampanii radiowej” należy wskazać 3 dni dodatkowych dni emisji co daje łącznie 10 dni emisji spotów?	Tak, minimum 3 dodatkowe dni
4	Czy w przypadku wskazania dodatkowych dni emisji w kryterium za „ilość emisji spotów w kampanii radiowej” łączna liczba spotów również ma się zwiększyć? Przykładowo na 28 emisji spotu przez okres 7 dni przypada 4 emisji spotu dziennie. Czy w przypadku zwiększenia dni emisji należy proporcjonalnie zwiększyć łączną ilość emisji?	Tak
5	Czy Zamawiający może wskazać przykładowe tytuły wydawnictw spełniających jego oczekiwania?	Preferowanymi wydawnictwami są magazyny o nakładzie minimum 100 000 egzemplarzy.
6	Czy kolaudacja spotów ma odbyć się w siedzibie Zamawiającego na zasadzie spotkania i zaprezentowania spotów czy prezentacja spotów może odbyć się po przekazaniu spotu drogą elektroniczną Zamawiającemu?	Może się odbyć drogą elektroniczną
7	Czy docelowo spoty będą ostatecznie zamieszczone na kanale Youtube Zamawiającego w przypadku Kampanii internetowej?	Docelowo spoty będą zamieszczone na kanale Youtube Zamawiającego

Regionalny Program Operacyjny Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020

8	7. Czy w związku z powyższymi pytaniami jest możliwość przedłużenia terminu składania ofert?	Zamawiający nie przewiduje przedłużenia terminu składania ofert
9	Jaki okres należy przyjąć na przeprowadzenie kampanii w internecie: - emisja spotu video 60" - In-Stream na kanałach YouTube o charakterze kulturalno-rozrywkowych w zasięgu ogólnopolskim. Należy założyć minimum 125 000 wyświetleń spotu (model rozliczeniowy CPV), - emisja spotu 30" na portalach z listy top 10 największych portali informacyjnych.	Kampania powinna zakończyć się do 11 grudnia 2020r.
10	Czy Zamawiający może przedstawić listę top 10 największych portali informacyjnych z rozbudowaną społecznością użytkowników oraz witrynami o charakterze kulturalno - rozrywkowym, turystycznym lub podróżniczym?	Zamawiający oczekuje propozycji wykonawcy
11	Czy do oceny punktowej (wydłużenie kampanii w radio) Wykonawca ma przyjąć takie same warunki techniczne dot. emisji, czyli zapewnić każdego dodatkowego dnia 4 emisje spotu?	Tak, należy zapewnić 4 emisje
12	Na ilu portalach informacyjnych z listy top 10 ma zostać zamieszczony spot?	Zamawiający nie określili tego w zapytaniu. Opis koncepcji reklamy internetowej powinien zawierać informację o konkretnych kanałach realizacji działań. Należy wskazać nazwy portali, witryn, liczbę planowanych odsłon.
13	Jakie są dokładne parametry czasopisma, w którym ma ukazać się reklama prasowa? Początkowo piszą Państwo o dzienniku ogólnopolskim, później jest mowa o tygodnikach i miesięcznikach a na samym końcu piszą Państwo o czasopiśmie branżowym? Proszę o doprecyzowanie, którym kryterium ma się kierować Wykonawca. Ponadto pragnę zaznaczyć, że ta pozycja nie została uwzględniona w kalkulacji szczegółowej formularza ofertowego.	Preferowanymi wydawnictwami są magazyny o nakładzie minimum 100 000 egzemplarzy. W zapytaniu jest mowa o opiniotwórczym dzienniku ogólnopolskim lub jego cyklicznych dodatkach zawierających treści dot. wiadomości codziennych, gospodarczych, miejskich, kulturalnych, społecznych, turystyki - stąd sformułowanie czasopismo branżowe w zapytaniu.
14	Jaka jest szacowana wartość zamówienia?	Zamawiający nie wskazuje w zapytaniu wartości szacunkowej zamówienia
15	Proszę o przesłanie lub zamieszczenie na stronie formularza ofertowego wraz z załącznikami w wersji edytowalnej.	Skorygowany formularz ofertowy zamieszczono w dniu dzisiejszym na stronie internetowej Zamawiającego i w Bazie konkurencyjności Funduszy UE (jako załącznik do ogłoszenia)