

Znak sprawy: 06/MS/2024/ML

Warszawa, 27.08.2024 r.

ODPOWIEDZI NA PYTANIA WYKONAWCÓW

Dotyczy: Postępowania prowadzonego w trybie zapytania ofertowego na podstawie regulaminu wewnętrznego Polskiej Organizacji Turystycznej dot. udzielania zamówień przez Biuro Prezesa Polskiej Organizacji Turystycznej w celu realizacji zadań powierzonych przez Ministra właściwego do spraw kultury fizycznej, o których mowa w art. 3 ust. 1 pkt 4 w zw. z art. 3 ust. 2 pkt 1c) ustawy o Polskiej Organizacji Turystycznej (Dz. U. z 2023 r. poz. 1608) na: **„Realizację kampanii wizerunkowej promującej Polskę jako destynację atrakcyjną turystycznie, z wykorzystaniem wizerunku rozpoznawalnych na świecie polskich sportowców”**.

Zamawiający – Polska Organizacja Turystyczna, przekazuje pytania od Wykonawców wraz z odpowiedziami w przedmiotowym postępowaniu:

1. Pytanie:

Czy kwestie dialogowe sportowców i ewentualnych osób trzecich mają być docelowo w języku polskim co w każdym kraju będzie lokalizowane poprzez dubbing lub napisy czy używamy bardziej uniwersalnego języka angielskiego (napisy w każdym kraju).

Odpowiedź:

Zamawiający dopuszcza obie wersje, jednak wybór języka wiąże się ze znajomością języka angielskiego i sprawnością w posługiwaniu się nim przez sportowców. Dialog, wypowiedź po angielsku musi brzmieć naturalnie, swobodnie, bez efektu wyuczenia „by heart”.

2. Pytanie:

Czy istnieje możliwość zaangażowania więcej niż 2 ambasadorów?

Odpowiedź:

Zamawiający dopuszcza koncepcję z więcej niż dwoma sportowcami.

W kryterium oceny ofert „Siła marki sportowca” Zamawiający będzie oceniać sportowców, którzy zakwalifikują się najwyżej. Kolejny sportowiec/kolejni sportowcy będą stanowić wartość dodaną ocenianą przy scenariuszu.

3. Pytanie:

Czy dopuszczalny jest humor w spocie głównym - opieranie się na stereotypach, negatywnych cechach lub zachowaniach Polaków, które przedstawimy w pozytywnym świetle dla uzyskania twistu - czy tonalność ma być bardziej neutralna?

Odpowiedź:

Humor jest jak najbardziej dopuszczalny, pod warunkiem, że nie będzie nikogo obrażał ani ośmieszał.

4. Pytanie:

Czy planowane jest badanie wybranych spotów?

Odpowiedź:

Zamawiający ze względu na ograniczenia czasowe nie planuje badania wybranych spotów.



5. Pytanie:

Czy viral jako działanie dodatkowe wchodzi w grę?

Odpowiedź:

Tak.

6. Pytanie:

Oświadczenie wykonawcy o gotowości do zapewnienia udziału w kampanii sportowców wymienionych w tabeli „Potencjał promocji Polski w 12 krajach” - na jakiej podstawie będzie weryfikowana wiarygodność takiego oświadczenia?

Odpowiedź:

Zamawiający przyjmuje, iż Wykonawcy będą opierać koncepcję spotu na konkretnych sportowcach, z którymi udało im się skontaktować i otrzymać wstępną deklarację gotowości. Wykonawcy mogą starać się o deklarację udziału u więcej niż 2 sportowców na wypadek, gdyby jednak obecność któregoś z nich stała niemożliwa.

7. Pytanie:

Wykaz zrealizowanych projektów - do wykazania co najmniej jedna wielokanałowa kampania promocyjna o zasięgu międzynarodowym, o wartości min. 3 mln zł brutto. Czy jeśli odpowiadaliśmy za produkcję w kampanii o wskazanej wartości tworząc taką kampanię to spełniamy taki warunek?

Odpowiedź:

Tak.

8. Pytanie:

Czy wymienione kanały emisji są obligatoryjne? Tzn. czy konieczne jest wykorzystanie wszystkich wymienionych?

Odpowiedź:

Nie. Nie jest konieczne przedstawienie wszystkich wymienionych kanałów. Należy jednak pamiętać, że Zamawiający będzie oceniać mediaplany pod względem jakości i efektywności. Dlatego też rekomendacja z uzasadnieniem wyboru będzie miała dla Zamawiającego znaczenie.

9. Pytanie:

Czy we wszystkich krajach obligatoryjne jest wykorzystanie wszystkich kanałów emisji wymienionych w SOPZ? Czy np. w niektórych krajach możliwe jest zaplanowanie tylko wybranych kanałów?

Odpowiedź:

W związku z tym, że każdy rynek ma inną specyfikę mediów Zamawiający dopuszcza zaplanowanie wybranych kanałów.