

Projekt „Modernizacja i rozwój komunikacji miejskiej w Pabianicach”
współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020

Pabianice, dnia 3 lipca 2018 r.

ITK.042.2.5.13.4.2018

Uczestnicy postępowania

dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego w trybie zaproszenia do składania ofert pn. **Działania informacyjno-promocyjne w ramach projektu „Modernizacja i rozwój komunikacji miejskiej w Pabianicach”**

ODPOWIEDZI NA ZAPYTANIA DO TREŚCI ZAPROSZENIA DO SKŁADANIA OFERT – OPISU PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Zamawiający – Miasto Pabianice, reprezentowane przez Prezydenta Miasta Pabianic, przekazuje poniżej zapytania Wykonawców do treści zaproszenia do składania ofert i opisu przedmiotu zamówienia w ww. postępowaniu wraz z wyjaśnieniami:

Pytanie nr 1:

„Bardzo proszę o doprecyzowanie informacji na temat kampanii w social media. Do wyceny potrzebne są informacje na temat zasięgu postów i ilości postów jakie Wykonawca ma wykonać w czasie kampanii.”.

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że przedmiotem zamówienia jest kreacja kompletnej kampanii social media. Rzetelne zaprojektowanie kampanii, w tym ilości postów, rodzaju postów, zasięgu postów, jest zadaniem Wykonawcy. Należy uwzględnić przeprowadzenie kampanii social media w taki sposób, aby społeczeństwo lokalne (grupa docelowa – mieszkańcy Pabianic, grupa uzupełniająca – mieszkańcy gmin Pabianice, Ksawerów i Rzgów) zostało skutecznie poinformowane o przedsięwzięciach realizowanych w ramach projektu, a także, aby osiągnąć cele działań promocyjnych, wymienione w punkcie 1 opisu przedmiotu zamówienia.

Zamawiający w szczególności zwraca uwagę, że w ramach przedmiotowego projektu realizowany będzie szereg różnych inwestycji, które należy odpowiednio wypromować, w tym w ramach kampanii social media:

- zakup 18 autobusów niskoemisyjnych o napędzie hybrydowym,
- zakup i montaż biletomatów stacjonarnych oraz mobilnych,
- wdrożenie Inteligentnego Systemu Transportowego (tablice dynamicznej informacji pasażerskiej, monitoring wizyjny na przystankach, nowa wersja portalu KomunikacjaPabianice.pl wraz z aplikacją mobilną, urządzenie dyspozytorskie ITS w zajezdni MZK oraz centrum monitoringu w Straży Miejskiej),
- budowa dworca autobusów miejskich na pętli Waltera-Jankego,
- modernizacja przystanków (budowa / przebudowa peronów i zatok przystankowych, ustawienie wiat przystankowych i ławek oraz słupków przystankowych o podwyższonym standardzie),
- budowa nowej krańcówki dla autobusów przy ul. Podmiejskiej 65E,

- budowa 14,6 km nowych dróg dla rowerów, a także zakup i montaż wiat rowerowych bike&ride oraz elementów towarzyszących drogom rowerowym (stojaki, podpórki, separatory),
- modernizacja stacji obsługi pojazdów w zajezdni autobusowej przy ul. Lutomierskiej (nowy budynek techniczny z wulkanizatornią i magazynem technicznym, doposażenie stacji obsługi pojazdów w sprzęt techniczny do obsługi autobusów).

W ramach kampanii social media należy informować społeczeństwo o działaniach w odniesieniu do każdego z zadań projektu, na przykład – oddanie do użytku nowych autobusów (relacja z przekazania pojazdów, inauguracja eksploatacji liniowej, poinformowanie społeczeństwa o korzyściach z nowego taboru – walorze ekologicznym, innowacyjnym napędzie). Należy uwzględnić także projektowane przez Wykonawcę wydarzenia w ramach Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu, dla których również należy zapewnić promocję w ramach kampanii social media.

W odniesieniu do dróg dla rowerów pożądane jest m.in. zaplanowanie postów edukacyjnych dotyczących prawidłowego poruszania się po drogach rowerowych.

Zamawiający – w związku z zakresem rzeczowym projektu oraz promocji – oczekuje co najmniej 15 postów o zasięgu płatnym w całym cyklu umowy (5 postów w 2018 roku, 10 postów w 2019 roku), przy czym płatny zasięg każdego promowanego posta powinien wynosić co najmniej 3.000 wyświetleń (zasięg lokalny). Przez zasięg płatny należy rozumieć ilość odbiorców danego posta, którzy zobaczyli post dzięki płatnej promocji, realizowanej przez Wykonawcę w ramach przedmiotu umowy.

Zamawiający zwraca uwagę, że kampania social media projektu powinna mieć charakter ciągły – adekwatny do harmonogramu realizacji projektu i jego postępu. W związku z tym, oprócz wskazanych powyżej 15 postów o zasięgu płatnym, należy przewidzieć także bieżące działania informacyjno-promocyjne (obejmujące posty niesponsorowane), których ilości i zasięgu Zamawiający nie będzie precyzował. Kampanię w tym zakresie należy na bieżąco dostosowywać do wydarzeń w ramach przedmiotowego projektu i postępu rzeczowego prac.

Zamawiający wskazuje, że dodatkowo punktowane będą filmy video, zgodnie z Rozdziałem XII zaproszenia do składania ofert. Posty z filmami video należy objąć zasięgiem płatnym (w ramach wskazanych powyżej minimum 15 postów sponsorowanych).

Pytanie nr 2:

„Dla ilu osób planowane jest wydarzenie? Czy wydarzenie ma mieć charakter imprezy masowej? Czy Wykonawca ma zorganizować zabezpieczenie medyczne, zadbać o należyte warunki sanitarne (toalety)?”.

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że wydarzenie planowane jest do 900 osób i nie będzie mieć charakteru imprezy masowej. Po stronie wykonawcy jest pełna obsługa imprezy, w związku z tym również zabezpieczenie medyczne oraz sanitarne.

Pytanie nr 3:

„Chciałabym doprecyzować punkt 2.1 *Stale tablice informacyjne* w OPISIE PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (nr w temacie maila).

Jakiej wielkości mają być te tablice. Czy możecie Państwo podać wymiary?

I drugie pytanie dotyczące ich ustawienia, czyli montażu. W opisie podane są lokalizacje:

- pętla autobusowa Waltera-Jankego (w związku z budową nowego obiektu dworcowego, parkingu bike&ride i zlokalizowanej obok drogi dla rowerów),
- pętla autobusowa Podmiejska (budowa pętli w ramach projektu).

Chciałabym zapytać gdzie dokładnie, na czym – do czego będą mocowane tablice? Ta informacja jest istotna w odniesieniu do sposobu ich montażu”.

Odpowiedź:

Zamawiający wskazał w opisie przedmiotu zamówienia, że tablice będą wykonane zgodnie z wytycznymi *Podręcznika wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014 – 2020 w zakresie informacji i promocji* właściwymi dla umów o dofinansowanie zawartych przed 1.01.2018. Zgodnie z pkt 12.2 ww. *Wytycznych...*, „wielkość tablicy powinna zależeć od charakteru projektu i lokalizacji tablicy. Minimalny rozmiar to 80 x 120 cm (wymiar europejski)”.

Odpowiadając na drugą część pytania, Zamawiający informuje, że tablice powinny być mocowane na stelażu trwale związanym z gruntem, przy czym dolna krawędź tablicy montowana na wysokości ok. 2 m w sposób nieograniczający widoczności nadruku.

Szczegółowych informacji dotyczących stosowania i budowy znaków należy szukać w *Księdze identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020*.

Prezydent Miasta Pabianic

/-/ Grzegorz Mackiewicz