

BZP.272.13.2017

Wykonawcy
(uczestnicy postępowania)

Zamawiający informuje, iż w postępowaniu **BZP.272.13.2017 „Opracowanie koncepcji kreatywnej i realizacja kampanii informacyjno – promocyjnej Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego na lata 2014-2020 na terenie województwa podlaskiego”** wpłynęły pytania, których treść wraz z odpowiedziami przekazuję poniżej:

Pytanie nr 1:

Dotyczy: emisja spotów wideo na portalach horyzontalnych - Zamawiający napisał, że Wykonawca ma zaproponować trzy największe portale horyzontalne wg. ostatnich badań (w tym wypadku za styczeń 2017) Gemius/Pbi. Zadaniem Wykonawcy jest emisja spotów wideo w minimalnej ilości 100 tys. na trzech serwisach.

Pytanie brzmi:

- jaka ma być proporcja podziału odsłon na poszczególne serwisy. czy proporcjonalnie 1/3 ?
- ile konkretnie odsłon ma przypadać na jeden serwis?
- czy też to w gestii Wykonawcy jest w jaki sposób podzieli ilość odsłon na poszczególne serwisy?

Z informacji uzyskanych od trzech największych serwisów wynika, że jeden z nich nie ma możliwości emisji odsłon wideo w ilości wynikającej z równego podziału 100 tys. odsłon na 3 serwisy czyli po około 30 tys. na jeden serwis wg grupy docelowej tj. woj. podlaskie, serwisy informacyjne, biznes (Mali i średni przedsiębiorcy). Wynika to wprost z zawężonej grupy docelowej. Czy wobec powyższego Wykonawca może rozszerzyć emisję na inne serwisy portalu czy też zasięg np. ogólnopolski czy też dokonać emisji wg tej ilości jaka wychodzi z ustalonej przez Zamawiającego grupy i zasięgu. Wtedy jednak przy podziale na wszystkie serwisy 1/3 nie będzie możliwości spełnienia tego warunku.

Odpowiedź:

W gestii Wykonawcy leży podział liczby odsłon na poszczególne serwisy. Zgodnie ze Szczegółowym Opisem Przedmiotu Zamówienia łącznie ma być ich minimum 100 tys. na trzech największych portalach horyzontalnych.

Pytanie nr 2:

„Zamawiający napisał w SWIZ, że:

„Każdorazowo Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji opracowane scenariusze spotów, a po ich zatwierdzeniu, co najmniej 3 propozycje każdego ze spotów,

które będą zawierać: animacje, dźwięk oraz tekst spotu. Wszystkie spoty muszą uzyskać akceptację Zamawiającego przed rozpoczęciem produkcji.

Ścieżka dźwiękowa i scenariusz oraz gotowe wersje spotów będą akceptowane przez Zamawiającego bez określenia limitu akceptacji (aż do zaakceptowania przez Zamawiającego)."

Następnie w odpowiedziach na pytania napisał że " Wykonawca ma obowiązek przedstawić trzy propozycje jednego spotu."

Pytanie brzmi - Czy dobrze rozumiemy z tego, że Wykonawca ma obowiązek przygotować łącznie 18 pełnych spotów z muzyką, podkładem lektorskim i animacją z których to Zamawiający wybierze 6 do emisji? Prosimy o potwierdzenie.

Odpowiedź:

Zgodnie ze Szczegółowym Opiszem Przedmiotu Zamówienia Wykonawca musi przedstawić do akceptacji Zamawiającemu 3 propozycje każdego ze spotów (łącznie 18 propozycji spotów), zawierające: animacje, dźwięk oraz tekst spotu. Pod pojęciem „propozycja” Zamawiający rozumie przedstawienie próbki tekstu, próbki podkładu dźwiękowego (muzyka plus głos lektora) oraz próbki animacji. Nie będzie to więc gotowy spot.

Pytanie nr 3:

Dotyczy pole eksploatacji spotu wideo - Zamawiający napisał w odpowiedziach, że Wykonawca ma obowiązek przenieść na Zamawiającego wszelkie majątkowe prawa autorskie do wszystkich prac powstałych podczas realizacji przedmiotu zamówienia i wskazał następujące pola eksploatacji :

a) stosowanie, wyświetlanie, przekazywanie i przechowywanie niezależnie od formatu systemu czy standardu.

b) trwałe lub czasowe utrwalanie lub zwielokrotnianie w całości lub w części, jakimikolwiek środkami i w jakiegokolwiek formie, niezależnie od formatu, systemu lub standardu, w tym wprowadzanie do pamięci komputera oraz trwałe lub czasowe:

- utrwalanie lub zwielokrotnianie takich zapisów, włączając w to sporządzanie ich kopii oraz dowolne korzystanie i rozporządzanie tymi kopiami,

- wprowadzanie do obrotu, użyczenie lub najem oryginału albo kopii,

- publiczne rozpowszechnianie, w szczególności wyświetlanie, publiczne odtworzenie, nadawanie i reemitowanie w dowolnym systemie lub standardzie, a także publiczne udostępnianie utworów w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i czasie przez siebie wybranym,

- rozpowszechnianie w sieci Internet oraz w sieciach zamkniętych,

- prawo do wykorzystywania utworów do celów marketingowych lub promocji, w tym reklamy, sponsoringu, a także do oznaczania lub identyfikacji działalności oraz dla celów edukacyjnych lub szkoleniowych.

Z powyższych zapisów nie wynika wprost na jakich polach eksploatacji spot będzie wykorzystywany. Zamawiający jedynie w punkcie "d" wskazuje iż spot będzie emitowany w internecie i w sieciach zamkniętych. Pozostałe ustalenia nie odnoszą się do pól eksploatacji, a jedynie do zasad wykorzystania przekazanego materiału. Zamawiający powinien wskazać w umowie konkretne pola eksploatacji spotu np. internet (co z robił), telewizja regionalna, telewizja ogólnopolska, sieć kin itp. Koszty produkcji spotu są uzależnione od tego **na jakie pola eksploatacji Wykonawca ma przekazać pełnie praw autorskich.**

Pytanie brzmi - Czy Zamawiający będzie chciał wykorzystywać spoty na innych polach eksploatacji takich jak: telewizja regionalna, telewizja ogólnopolska, sieć kin.

Odpowiedź:

Na potrzeby tej kampanii Zamawiający zamierza wykorzystać spot video w internecie oraz sieciach zamkniętych. Zgodnie ze Szczegółowym Opisem Przedmiotu Zamówienia spoty mają też spełniać wymogi techniczne do emisji w szczególności w: telewizji, telewizji internetowej, stronach internetowych i innych nośnikach (np. kinach). W związku z tym przekazanie praw autorskich obejmuje także te pola eksploatacji.

z up. ZARZĄDU WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

Izabela Budyna Łokić
Izabela Budyna Łokić

z-ca Dyrektora
Departamentu Rozwoju Regionalnego