



Radom, dnia 28.11.2025 r.

Zamawiający:
Muzeum im. Jacka Malczewskiego w Radomiu
Ul. Rynek 11
26-600 Radom

WYJAŚNIENIA TREŚCI SWZ

dotyczy postępowania: „Kompleksowa realizacja działań informacyjno-promocyjnych projektu FEnIKS” znak sprawy: MJM-ZP.26.6.9-U-2025

Działając na podstawie art. 284 ustawy z dnia 11 września 2019 r. – Prawo zamówień publicznych, Zamawiający przekazuje wyjaśnienia treści SWZ w związku z wnioskiem o wyjaśnienie z dnia 26.11.2025 r.

Pytanie Wykonawcy

„Dzień dobry, proszę o podanie specyfikacji broszur, ulotek oraz plakatów w szczególności: wymiary, gramatura, liczba stron. Proszę również o wskazanie minimalnych wymagań dot. zdjęć oraz filmów - czy "jakością umożliwiającą dalsze wykorzystanie zdjęć" mogą być dobre jakościowo zdjęcia wykonane telefonem oraz film czy Zamawiający wymaga zapewnienia profesjonalnej ekipy fotografa i filmowca? Proszę o podanie specyfikacji dot. ogłoszeń prasowych tj. liczba znaków/ powierzchnia zajmowanej strony itp. Proszę o wskazanie wymaganego minimum dot. zapewnienia przerw kawowych. Czy kampania w mediach społecznościowych ma być płatna? Jeżeli tak - jaki należy uwzględnić minimalny budżet? Proszę o wskazanie wymiarów wymaganych billboardów.”

Odpowiedź Zamawiającego

1. Broszury, ulotki, plakaty – format, gramatura, liczba stron

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia (Załącznik nr 1 do SWZ) określa ilości materiałów drukowanych oraz ich funkcję informacyjno-promocyjną, nie narzucając sztywno formatu, gramatury papieru ani liczby stron broszur i ulotek.

Zamawiający pozostawia Wykonawcy swobodę doboru szczegółowych parametrów poligraficznych, przy zachowaniu standardów odpowiednich dla materiałów o charakterze promocyjnym (czytelność, trwałość, estetyka) oraz z uwzględnieniem wytycznych zawartych w Podręczniku informacji i promocji oraz Księdze Identyfikacji Wizualnej Funduszy Europejskich 2021–2027.

Dopuszcza się stosowanie standardowych formatów (np. A4/A5 dla broszur, A5/DL dla ulotek, nie mniejszych niż A3 dla plakatów), przy czym ostateczne rozwiązania Wykonawca proponuje na etapie projektowania i uzgodni z Zamawiającym przed drukiem.

Powyższe wyjaśnienie nie zmienia treści SWZ, a jedynie doprecyzowuje, że parametry te mają charakter funkcjonalny i zostaną uszczegółowione w ramach realizacji zamówienia.

2. Minimalne wymagania dotyczące zdjęć i filmów / sprzęt

W Załączniku nr 1 do SWZ Zamawiający wymaga wykonania dokumentacji fotograficznej i wideo oraz materiałów multimedialnych w „jakości umożliwiającej dalsze wykorzystanie przez Zamawiającego” (publikacje drukowane, internet, prezentacje itp.).



Zamawiający nie wskazuje konkretnego rodzaju sprzętu (aparat, kamera, telefon) ani nie wymaga korzystania z określonego typu ekipy technicznej; decydujące znaczenie ma efekt końcowy, tzn. aby materiały:

- były ostre, prawidłowo naświetlone i skadrowane,
- miały rozdzielczość pozwalającą na bezproblemowe wykorzystanie w druku i w internecie,
- spełniały wymagania Podręcznika informacji i promocji (czytelność logotypów, widoczność informacji o dofinansowaniu itp.).

Dopuszcza się zatem także materiały wykonane przy użyciu telefonu, o ile ich jakość techniczna i estetyczna spełnia powyższe wymagania. W jaki sposób Wykonawca zorganizuje pracę (np. zaangażuje profesjonalnego fotografa/filmowca) jest jego decyzją i ryzykiem, przy zachowaniu obowiązku zapewnienia osób o odpowiednich kwalifikacjach, o których mowa w Rozdziale VII SWZ (Warunek 2 – Dysponowanie osobami zdolnymi do wykonania zamówienia).

3. Ogłoszenia prasowe – liczba znaków / powierzchnia

Zgodnie z OPZ, Wykonawca jest zobowiązany przygotować i zamieścić 10 ogłoszeń lub artykułów sponsorowanych, a także dostosować długość i formę materiałów do wymogów poszczególnych tytułów prasowych.

Zamawiający nie określa minimalnej liczby znaków ani dokładnej powierzchni strony przeznaczonej na pojedynczą publikację. Istotne jest, aby:

- treść w sposób zrozumiały informowała o projekcie, jego celach i efektach,
- zawierała wyraźną informację o współfinansowaniu z Unii Europejskiej,
- zastosowano obowiązkowy zestaw znaków FE–RP–UE zgodnie z Podręcznikiem.

Konkretny format (np. moduły, ćwiartka strony, pół strony itp.) Wykonawca dobierze sam, w ramach zaoferowanej ceny, zgodnie z cennikami wydawców prasy.

4. Minimalne wymagania dotyczące przerw kawowych

W SWZ oraz OPZ użyto określeń „przerwa kawowa” / „poczęstunek (np. przerwa kawowa)” bez dalszej specyfikacji.

Przez „przerwę kawową” Zamawiający rozumie standardowy serwis konferencyjny, typowo obejmujący co najmniej napoje gorące (kawa, herbata), wodę oraz drobny słodki lub słony poczęstunek. Szczegółowy skład, forma podania i dobór produktów zostaną zaproponowane przez Wykonawcę w ramach zaoferowanej ceny i każdorazowo uzgadniane z Zamawiającym przed realizacją wydarzeń.

Wyjaśnienie to ma charakter doprecyzowujący i nie stanowi zmiany treści SWZ.

5. Kampania w mediach społecznościowych – charakter (płatna/bezpłatna), budżet

Zgodnie z OPZ (pkt 4.7), Wykonawca ma przygotować i przeprowadzić kampanię informacyjną w mediach społecznościowych (np. Facebook, Instagram) obejmującą określoną liczbę postów i relacji, wraz z przygotowaniem treści, grafik i harmonogramu publikacji.

SWZ/OPZ nie nakładają obowiązku prowadzenia kampanii w oparciu o płatne reklamy ani nie określają minimalnego budżetu na promocję płatną. Kampania może być realizowana:

- w oparciu o zasięgi organiczne profili Zamawiającego / Wykonawcy,
- z wykorzystaniem płatnego promowania postów, jeżeli Wykonawca uzna to za zasadne i uwzględni koszty w cenie oferty.

Zamawiający nie wskazuje minimalnego budżetu na reklamy płatne; kluczowe jest wykonanie zakresu merytorycznego określonego w OPZ (liczba i jakość postów/relacji, poprawne oznakowanie projektu, stosowanie hashtagów #FunduszeUE / #FunduszeEuropejskie).



Jednocześnie należy pamiętać o zasadach wynikających z Księgi Identyfikacji Wizualnej Funduszy Europejskich dotyczących stosowania znaków w kreacjach do mediów społecznościowych, w tym w miejscach emisji płatnych.

6. Wymiary billboardów

W OPZ (pkt 4.9) określono obowiązek przygotowania, druku i ekspozycji 4 billboardów promujących projekt, wraz z wynajęciem powierzchni billboardowych na okres co najmniej 2 miesięcy. Nie wskazano natomiast konkretnego formatu.

Zamawiający nie narzuca sztywnego wymiaru billboardów; dopuszcza się wykorzystanie standardowych formatów oferowanych przez podmioty wynajmujące powierzchnie reklamowe (np. 6×3 m, 5×2 m lub inne formaty typowe dla danej lokalizacji), pod warunkiem zapewnienia:

- czytelności treści i obowiązkowych znaków FE–RP–UE z typowej odległości odbioru,
- zgodności kompozycji z zasadami określonymi w Podręczniku informacji i promocji oraz Księdze Identyfikacji Wizualnej.

Dobór konkretnych lokalizacji i formatów billboardów należy do Wykonawcy, w ramach zaoferowanej ceny, z zastrzeżeniem obowiązku uzyskania akceptacji Zamawiającego dla projektu graficznego i proponowanych lokalizacji.

Na podstawie art. 284 ust. 2 ustawy Pzp Zamawiający informuje, że powyższe wyjaśnienia nie powodują zmiany treści SWZ i nie skutkują zmianą terminu składania ofert.

DYREKTOR
Muzeum im. J. Malczewskiego
w Radomiu
[Signature]
Kierownik Zamawiającego lub osoba upoważniona
do podejmowania czynności w jego imieniu

Sporządziła: Marzena Barwicka



