



Warszawa 17.02.2026r.

Wykonawcy

Dotyczy; Przygotowywanie i przeprowadzenie płatnych kampanii upowszechniających w internecie za pośrednictwem kanałów komunikacji Zamawiającego. Znak sprawy: IBE PIB/4/2026

ODPOWIEDZI NA PYTANIA. ZESTAW II. Przesunięcie terminu składania oferty.

Zgodnie z art. 284 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 11 września 2019 r. (Dz. U. z 2024 r. poz. 1320 ze zm.) Prawo zamówień publicznych w związku z pytaniami, które wpłynęły do Zamawiającego od uczestników postępowania dotyczących specyfikacji warunków zamówienia, poniżej zamieszczamy treść skierowanych do Zamawiającego pytań wraz z odpowiedziami:

Pytanie nr 1:

Szanowni Państwo, Wnosimy o wyjaśnienie oraz zmianę warunku udziału w postępowaniu w zakresie pkt A) zdolności zawodowej, lit. b), tj. wymogu wykazania jednej usługi dotyczącej wyłącznie kampanii prowadzonych na kanale LinkedIn. W obecnym brzmieniu zapis ten jest co najmniej sporny, ponieważ w sposób nieuzasadniony zawęża krąg wykonawców zdolnych do realizacji zamówienia i nie pozostaje w racjonalnej proporcji do przedmiotu zamówienia. Wymóg „wyłącznieści” kanału nie stanowi obiektywnie lepszego potwierdzenia kompetencji wykonawcy niż realizacja kampanii wielokanałowej (w tym z wykorzystaniem LinkedIn), która z definicji wymaga szerszych umiejętności: planowania mediowego, koordynacji działań, optymalizacji oraz raportowania w wielu środowiskach reklamowych. W praktyce rynkowej kampanie upowszechniające prowadzone są wielokanałowo, a wskazanie jednego kanału „na wyłączność” jako kryterium doświadczenia może być postrzegane jako warunek arbitralny i nieadekwatny do celu weryfikacji zdolności zawodowej.

W związku z powyższym wnosimy o dopuszczenie spełnienia warunku poprzez wykazanie usługi obejmującej kampanię internetową, w której LinkedIn stanowił jeden z kanałów komunikacji Zamawiającego (np. z określeniem minimalnego udziału budżetu lub zakresu działań na LinkedIn), bez wymogu prowadzenia kampanii wyłącznie w tym kanale.

Odpowiedź:

Jak już wyjaśniono jednoznacznie w odpowiedzi opublikowanej w dniu 13 lutego 2026 – zarzut o którym mowa w pytaniu, wynika z błędnej interpretacji warunku. „Wyłącznieść kampanii” nie odnosi do kanału, lecz to zakresu kampanii na tym kanale zdefiniowanego poprzez wartość zaangażowanego budżetu na tym kanale.

Zamawiający dopuszcza aby jako warunek udziału wskazać kampanię prowadzoną w ramach jednej umowy równolegle na kilku platformach, w tym na platformie Linked in – ważne jest jednak, aby kampania w tym kanale spełniała inne wymogi SWZ tj. warunek minimalnego budżetu dla kanału tj. 50 tys. Innymi słowy by wykazywana kampania nie była marginalna, nie spełniając warunku 50 tys budżetu.



Pytanie 2

Szanowni Państwo, w związku z przygotowaniem oferty w ramach przedmiotowego postępowania przetargowego, zwracamy się z uprzejmą prośbą o doprecyzowanie kwestii identyfikacji wizualnej. Prosimy o wskazanie: 1. Jakie logotypy należy zastosować w przygotowywanych materiałach graficznych? 2. Czy obowiązuje określona belka z logotypami (jeśli tak, prosimy o jej udostępnienie w wersji edytowalnej)? 3. Jaki krój pisma (font) powinien zostać wykorzystany w projektowanych grafikach? Będziemy wdzięczni za przekazanie stosownych wytycznych lub plików źródłowych.

Odpowiedź:

Podniesione w pytaniu elementy Wizualizacji projektu w załączeniu.

4. Ze względu na zakres merytoryczny oferty konieczny do przygotowania zwracamy się zapytaniem, czy istnieje możliwość przesunięcia daty składania ofert na dzień 20 lutego br

Odpowiedź:

Tak. Zamawiający decyduje o przesunięciu terminu składania ofert na dzień 20.02.2026 godz. 12.00. Otwarcie nastąpi o godz. 12.30.