

Warszawa, 12 września 2022 r.

ODPOWIEDŹ NA WNIOSKI O WYJAŚNIENIE TREŚCI SWZ

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego pn: „**Kampania edukacyjno-informacyjna Narodowego Centrum Edukacji Żywnościowej i Centrum Dietetycznego Online**” (nr postępowania: **O.OZP.260.2.7.2022**)

Szanowni Państwo,

Działając na podstawie art. 135 ust 2 ustawy Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity Dz.U. z 2021 r., poz. 1129 z późn. zm.) Zamawiający udziela następujących odpowiedzi na wnioski Wykonawców dotyczące wyjaśnienia treści SWZ:

Pytanie nr 1

Zgodnie z SIWZ oraz opisem sposobu oceny ofert jako środki dowodowe należy złożyć „Key messages, claim, wstępna koncepcja kampanii” Natomiast w szczegółowym opisie tego jak będzie oceniana oferta są wymienione takie elementy jak:

- zgodność i spójność scenariusza z założeniami wskazanymi w OPZ – maksymalna liczba punktów do uzyskania, maksymalnie 5 punktów:
- zgodność scenariusza z charakterem wydarzenia i jego atrakcyjność dla każdej z docelowych grup – maksymalna liczba punktów do uzyskania 5:

Prosimy o wyjaśnienie o jakie scenariusze chodzi oraz o jakim wydarzeniu jest mowa w opisie sposobu oceny ofert?

Odpowiedź Zamawiającego:

Scenariusz akcji „Rodzinna Akcja. Zdrowa Rywalizacja” pod hasłem: „Zdrowie od kuchni” jest częścią Koncepcji Kreatywnej Kampanii. Scenariusz może być ramowy. Wydarzenia to Rodzinna Akcja, Zdrowa Rywalizacja, hasło tegorocznej edycji to „Zdrowie od kuchni”.

Pytanie nr 2

Pytanie do Pkt 3 podpunkt 3.2 – b:

Jaka ma być powierzchnia wywiadu lub publikacji sponsorowanej? Czy to ma być cała strona czy może pół strony?

Odpowiedź Zamawiającego:

Zamawiający nie określa wskaźników w tym zadaniu

Pytanie nr 3

Żaden z tabloidów nie ma sekcji dedykowanej stylowi życia/zdrowiu. W przypadku Faktu emisja może mieć miejsce na stronach redakcyjnych, a w przypadku Super Expressu na stronach redakcyjnych lub w dodatku Super Zdrowie, który nie jest tabloidem a jest dodatkiem do tabloidu. Jak mamy interpretować wymóg sekcji dotyczącej stylu życia/zdrowia?

Odpowiedź Zamawiającego:

W OPZ jest wskazana publikacja w tabloidzie, insertowane do tabloidów dodatki tematyczne, są częścią tabloidu

Pytanie nr 4

Pytanie do Pkt 3 podpunkt 3.2 – b:

Jaka ma być powierzchnia wywiadu lub publikacji sponsorowanej? Czy to ma być cała strona czy może pół strony?

Odpowiedź Zamawiającego:

Wywiad lub publikacja sponsorowana powinna obejmować minimum ½ strony.

Pytanie nr 5

Pytanie do Pkt 3 podpunkt 3.5:

Jakie parametry ma spełnić kampania display? Chodzi o określenie na przykład liczby odseton materiałów reklamowych jak ma zostać zrealizowana podczas trwania kampanii?

Pytanie nr 6

Pytanie do Pkt 3 podpunkt 3.6:

Jakie parametry ma spełnić kampania w mediach społecznościowych? Chodzi o określenie na przykład liczby odseton materiałów reklamowych jak ma zostać zrealizowana podczas trwania kampanii?

Odpowiedź Zamawiającego na pytania nr 5,6:

Wskaźniki dotyczące kampanii określone są w poniższej tabeli. Zamawiający nie określił wskaźników związanych z liczbą odseton kampanii display, zasięgami w mediach społecznościowych, powierzchnią wywiadu

Media	Rodzaj promocji	Min. liczba komunikatów przed akcją
Radio o zasięgu ogólnopolskim (radio internetowe i/lub stacjonarne)	Spot 30 sek.	50 emisji
	Wywiad (co najmniej 3 minuty/jeden wywiad z ekspertem NCEŻ i CDO)	4 wywiady
Główne portale internetowe takie jak: Onet, Interia, WP, etc. (platformy informacyjne, sekcje dedykowane zdrowemu stylowi życia/zdrowiu)	baner czasowy	Minimum 14 dni
Media społecznościowe (Fb, Instagram NCEŻ)	Konkurs tematyczny	2
	Posty z grafikami	13 postów (w tym 2 po zakończeniu całej Akcji)

Strona Kampanii Rodzinna Akcja. Zdrowa Rywalizacja.	Baner czasowy (taki jak jw.)	Minimum 14 dni
	Artykuł	6
	Infografiki informacyjne promujące Akcję Rodzinną	8

Pytanie nr 7

Czy Zamawiający posiada system, serwis internetowy zdolny do przeprowadzenia aktywacji konkursowej czy też jego opracowanie jest wymogiem dla wykonawcy?

Odpowiedź Zamawiającego:

Tak, posiadamy serwis internetowy i moduł do rejestracji uczestników konkursu

Pytanie nr 8

Czy Zamawiający wyrazi zgodę na przesunięcie terminu składania ofert, np. o 3 dni robocze? Prośba motywowana jest skomplikowaniem projektu, koniecznością wielu wycen i konsultacji z podmiotami niezależnymi, w tym emiterami mediów. Z uwagi na wciąż trwający okres wakacyjny oraz zawirowania rynkowe w aspekcie rosnących cen usług i towarów kontakt, konsultacje oraz przeprowadzenie wycen jest silnie utrudnione. Prośba dyktowane jest w trosce o zapewnienie jak najbardziej wysokiej jakości oraz efektywności cenowej prezentowanych rozwiązań.

Odpowiedź Zamawiającego:

Prosimy o śledzenie postępowania na Platformie.

ZATWIERDZIŁA:

p.o. pełnomocnika

Dyrektora ds. Operacyjnych Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego PZH – Państwowego Instytutu Badawczego

Monika Wiktorska