

Warszawa, 7 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.

1. (Str. 7) 3.2. Przygotowanie, organizacja, realizacja i zakup mediów w ramach Kampanii w mediach konwencjonalnych, w tym:

a) Kampanii radiowej, obejmującej: zorganizowanie 2 wywiadów na żywo z ekspertami NCEŻ w radio o zasięgu ogólnopolskim lub internetowym, trwającymi minimalnie 2,5 minuty maksymalnie 3 minuty oraz emisję 2-3 minutowych informacji/ciekawostek z zakresu profilaktyki chorób dietozależnych, przy czym 20% emisji w paśmie prime time. Łącznie 6 różnych materiałów audio z udziałem ekspertów NCEŻ (nagranie i montaż po stronie Wykonawcy).

Rozumiemy, że do przygotowania są 2 wywiady i 4 informacje/ciekawostki, tak by w sumie było 6 różnych materiałów audio tak?

### Odpowiedź Zamawiającego:

**Tak, Zamawiający potwierdza. Do przygotowania są 2 wywiady i 4 informacje/ ciekawostki**

### Pytanie nr 2

(Str. 6/7) Czy wskaźniki z punktu 1 w sekcji 4.2 (str. 10) są częścią wskaźników określonych w sekcji 3, punkt 3.2. (str. 6/7) Czy są to odrębne działania? Czyli: Czy do przygotowania są 2 spoty radiowe (promocja usług CDO i promocja wydarzenia „Rodzinna akcja...”) oraz emisja 63 razy spot CDO i 50 razy spot wydarzenie oraz 2 wywiadów z ekspertami NCEŻ i 4 wywiadów promujących wydarzenie?

### Odpowiedź Zamawiającego:

**są to oddzielne działania. Wskaźniki opisane w tabeli min.: 50 razy spot e oraz 2 wywiadów z ekspertami NCEŻ i 4 wywiadów promujących wydarzenie dotyczą Akcji Rodzinnej. Zdrowa Rywalizacja**

### Pytanie nr 3

To samo pytanie dotyczy kampanii display i mediów społecznościowych. Czy posty i wskaźniki w tabeli na stronie 10 to osobne elementy czy zawierają się w założeniach ze strony 7 (3.4 i 3.5)? 3. (str. 7)

**Odpowiedź Zamawiającego:**

**Tak, są to oddzielne zadania.**

#### **Pytanie nr 4**

Czy punkt 3.3. i 3.4. dotyczy tego samego zadania, czyli 20 postów na FB i IG zawierać ma posty zarówno edukacyjne jak i informacyjne? 4. (str. 9)

**Odpowiedź Zamawiającego:**

**Tak, są to oddzielne zadania.**

#### **Pytanie nr 5**

Regulamin II edycji rodzinnej akcji zawierał rejestrację online, w której dostęp był do wyzwań i zadań konkursowych. Czy III edycja ma bazować na tych samych zasadach? Czy będzie dostęp do systemu rejestracji na stronie i będzie można z niego skorzystać? Będziemy wdzięczni za odpowiedzi.

**Odpowiedź Zamawiającego:**

**Tak, Zamawiający przewiduje stworzenie Regulaminu III edycji Akcji Rodzinne na bazie wypracowanego systemu rejestracji w II Edycji Akcji Rodzinnej. Zadania do realizacji przez Wykonawcę**

#### **Pytanie nr 6**

Str. 8) 3.7. Wykonawca zaproponuje propozycję zawieszki do wszystkich wersji plakatów. Czy chodzi tylko o propozycję czy dystrybucję wydrukowanych plakatów JUŻ Z ZAWIESZKĄ?

**Odpowiedź Zamawiającego:**

**Zadaniem jest: przygotowanie, wydruk i dystrybucja plakatów z zawieszką.**

#### **Pytanie nr 7**

Jaki jest szacunkowy budżet realizacji zamówienia?

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Zamawiający nie ujawnia, na tym etapie postępowania o udzielenie zamówienia publicznego ww. informacji.

#### **Pytanie nr 8**

Jaki jest budżet, jaki Zamawiający zamierza przeznaczyć na realizację Zamówienia

**Odpowiedź Zamawiającego na pytania nr 8**

Kwota przeznaczona na sfinansowanie zamówienia zostanie ujawniona po terminie wyznaczonym na składanie ofert a przed terminem wyznaczonym na ich otwarcie.

**Zamawiający informuje iż nie przewiduje przedłużenia terminu składania ofert.**

**ZATWIERDZIŁA:**

**p.o. pełnomocnika**

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

**Monika Wiktorska**