

Warszawa, dnia 31.08.2023 r.

WYJAŚNIENIE I ZMIANA TREŚCI SPECYFIKACJI WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

Dotyczy: „Kampania „Promocja szczepień, utrzymanie funkcjonalności portalu informacyjnego dotyczącego szczepień – działania promocyjne i popularyzacyjne dotyczące szczepień ochronnych” w ramach Narodowego Programu Zdrowia na lata 2021-2025”

Nr postępowania: O.OZP.260.147.6.2023

Na podstawie art. 135 ust. 1 ustawy z 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych, Zamawiający **Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH – Państwowy Instytut Badawczy** zawiadamia, że w przedmiotowym postępowaniu wpłynęły wnioski o wyjaśnienie treści Specyfikacji Warunków Zamówienia następującej treści:

1. Wniosek:

„Dzień dobry,
proszę o uszczegółowienie ile filmów powinno być zrealizowanych w ramach kampanii. W OPZ jest niespójność: na stronie 17 w punkcie 16.1 mowa jest o 10 filmach edukacyjnych i 10 podcastach, w tabeli na stronie 10 widnieje 10 filmów Q&A oraz 10 na temat szczepień ochronnych.”

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Do zadań Wykonawcy będzie należało nagranie:

10 filmów edukacyjnych na YouTube – zgodnie z tabelą w pkt. 4 OPZ

10 filmów edukacyjnych z ekspertami (Q&A) – zgodnie z tabelą w pkt. 4 OPZ

10 podcastów – zgodnie z tabelą w pkt. 4 OPZ

Zamawiający poniżej dokona stosownej zmiany treści SWZ.

2. Wniosek:

„Dzień dobry,

1. W dokumencie „Rozdział III SWZ – OPZ” w punkcie IV. Współpraca z zamawiającym. Monitoring i raportowanie (na str. 24) wskazany jest pkt. Szczegółowe Zadania Wykonawcy, w których miały zostać opisane m.in. założenia emisji spotów do kampanii radiowej. Jednak w dostępnych dokumentach nie odnaleźliśmy takiego punktu (jak wyżej wymieniony: Szczegółowe Zadania Wykonawcy). W OPZ w innym miejscu nie zostały wymienione spoty radiowe, jako element kampanii. Prośba o wskazanie tego punktu lub doprecyzowania założeń kampanii w mediach konwencjonalnych. Ma ona się również składać z emisji spotów czy tylko z 5 audycji radiowych z ekspertami?

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Wykonawca odpowiada za organizację i realizację 5 audycji radiowych z ekspertami.

„Zadanie realizowane ze środków Narodowego Programu Zdrowia na lata 2021-2025, finansowane przez Ministra Zdrowia”

2. *Etapy realizacji zamówienia, jak wynika z dokumentu „Rozdział III SWZ – OPZ” w punkcie IV. Współpraca z zamawiającym. Monitoring i raportowanie (na str. 24), również zostały wskazane w pkt. Szczegółowe Zadania Wykonawcy. Jednak nie widnieje on w dostępnych dokumentach. Czy możemy prosić o jego dostarczenie? Czy jest ustalona data startu kampanii lub okres po podpisaniu umowy na przygotowanie wszystkich niezbędnych materiałów? Chodzi nam m.in. o możliwość określenie czasu trwania kampanii internetowej prowadzącej do strony.*

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Zamawiający informuje, iż zapis w pkt. Szczegółowe Zadania Wykonawcy jest omyłką pisarską. Zamawiający dokona poniżej stosownej zmiany treści SWZ.

Współpraca z Zamawiającym rozpoczyna się z dniem podpisania Umowy. Do zadań Wykonawcy należy przygotowanie Harmonogramu kampanii uwzględniającego wszystkie jej założenia i etapy oraz czas niezbędny na akceptację Zamawiającego.

Zamawiający nie jest w stanie określić czasu trwania kampanii internetowej prowadzącej do strony, ponieważ na tym etapie postępowania, Zamawiający nie jest w stanie przewidzieć co wydarzy się w przedmiotowym postępowaniu.

3. *Wskaźniki podane w tabeli w dokumencie „Rozdział III SWZ – OPZ” w punkcie 5. Gwarancja (na str. 24) mają zostać osiągnięte w toku realizacji projektu, czyli od startu kampanii do zakończenia okresu gwarancji (31.03.24), czy są to wskaźniki miesięczne i co miesiąc do końca gwarancji Wykonawca musi zapewnić 700 tys. odsłon strony, 40 infografik i 10 tys. odsłon zakładki Baza Wiedzy?*

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Wskaźniki opisane w „Rozdział III SWZ – OPZ” w punkcie 5. Gwarancja (na str. 24) muszą być zrealizowana w trakcie trwania kampanii, czyli nie później niż do 15 grudnia 2023.

4. *Czy w przypadku skorzystania przez Zamawiającego z Prawa Opcji będą obowiązywać te same wskaźniki realizacji celów zadania związanych z modernizacją i utrzymaniem strony, czyli Wykonawca musi zapewnić 700 tys. odsłon strony, 40 infografik i 10 tys. odsłon zakładki Baza Wiedzy per miesiąc?*

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Zakres Prawa Opcji został opisany w Umowie w paragrafie 4. Prawo opcji.

Zamawiający potwierdza, że w Prawie Opcji będą obowiązywać te same wskaźniki realizacji celów zadania związanych z modernizacją i utrzymaniem strony, czyli Wykonawca musi zapewnić 700 tys. odsłon strony, 40 infografik i 10 tys. odsłon zakładki Baza Wiedzy per miesiąc.

5. *Jakie elementy powinny znaleźć się we wstępnej koncepcji kreatywnej kampanii (prócz KV i claimu dopasowanych do grup docelowych, które będą oceniane)?*

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Oferta musi zawierać wstępny konspekt kampanii (w formie prezentacji) opracowany na podstawie informacji wskazanych w Opisie Przedmiotu Zamówienia. Wstępna koncepcja kreatywna musi zawierać: KV, claim, propozycję kampanii display, propozycje postów na Social Media (co najmniej dwie), propozycje postu sponsorowanego na Social Media (co najmniej dwie), propozycję mediów

konwencjonalnych, propozycje graficzne infografik (co najmniej dwie), propozycja koncepcji spotu na YouTube, wstępne propozycję min. 4 Influencerów.

6. *Udział ekspertów w materiałach audiowizualnych (filmiki, podcasty) zostanie zapewniony przez Zamawiającego?"*

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Eksperci zaangażowani do kampanii będą wskazani przez Zamawiającego.

3. Wniosek:

„Szanowni Państwo,
Przesyłamy pytania do postępowania nr O.OZP.260.147.6.2023

1. Na stronie 14. OPZ, w pkt. 10.a, jest mowa o tym, że wykonawca odpowiada m.in. za "materiałów graficznych do publikacji na stronie szczepienia.pzh.gov.pl". O jakie dokładnie materiały chodzi? Ile ich ma być, w jakim miejscu mają być zamieszczone? Czy chodzi o opracowanie materiałów graficznych na podstawie szczegółowych wytycznych Zamawiającego, czy również o opracowanie koncepcji tych grafik? Uprzejma prośba o podanie referencji/linku do już istniejących grafik, jako przykładu tego, o co chodzi Zamawiającemu

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Zgodnie z zapisami OPZ w ramach modernizacji strony Wykonawca ma za zadanie przygotowanie materiałów graficznych (40 sztuk) na stronę szczepienia.info, które obejmują:

- **Opracowanie graficzne i programistyczne kalendarza szczepień dla dorosłych, w tym oddzielnie dla osób starszych oraz oddzielnie dla pracowników ochrony zdrowia.**
- **Opracowanie graficzne i programistyczne kalendarza szczepień z planowanymi szczepieniami obowiązkowymi i zalecanymi dziecka w ramach Programu Szczepień Ochronnych na 2024 rok.**
- **Uaktualnienie interaktywnego Kalendarza szczepień obowiązkowych zgodnego z Programem Szczepień Ochronnych, pozwalającego na sprawdzenie swojego potencjalnego stanu zaszczepienia.**
- **Modernizacja Kalendarza realizacji szczepień (<https://szczepienia.pzh.gov.pl/realizacja-szczepien-obowiazkowych/>).**
- **Uaktualnienie wykresów epidemiologii chorób zakaźnych, którym można zapobiegać drogą szczepień na stronie.**
- **Obsługa graficzna działań, w tym graficzne opracowanie materiałów edukacyjnych na podstawie wkładu merytorycznego Zamawiającego, w tym: infografik, które będą wykorzystywane w przekazie informacji na stronie Szczepienia.info.**

Jak również wszystkie pozostałe materiały graficzne, które zostaną zaproponowane we wstępnej koncepcji kreatywnej. Wkład merytoryczny do materiałów graficznych prześle Zamawiający po podpisaniu Umowy z Wykonawcą.

Przykłady Infografiki:

<https://szczepienia.pzh.gov.pl/wp-content/uploads/2022/12/08-Kwalifikacja-do-szczepienia-HPV-1.jpg>

<https://szczepienia.pzh.gov.pl/wp-content/uploads/2023/04/25-druk-1.jpg>

Kalendarz szczepień:

<https://szczepienia.pzh.gov.pl/wp-content/uploads/2022/12/Kalendarz-szczepien-2023.pdf>

Interaktywny Kalendarz Szczepień:

<https://szczepienia.pzh.gov.pl/osobisty-kalendarz-szczepien/>

Wykres epidemiologii chorób zakaźnych:

https://szczepienia.pzh.gov.pl/wp-content/uploads/2020/05/KRZTUSIEC_infographic_3.png

2. Zgodnie z SWZ Wykonawca jest związany ofertą do dn. 9 grudnia 2023 r. Tymczasem wszystkie elementy kampanii (zarówno produkcja treści, jak i emisja) mają zakończyć się do 5 grudnia 2023 r. Na stworzenie takiej ilości treści, jakiej Zamawiający wymaga do stworzenia w trakcie trwania kampanii konieczne jest minimum 8-10 tygodni. W jakim terminie Zamawiający planuje rozstrzygnięcie postępowania? W jakim terminie zamawiający szacuje, że będzie możliwe podpisanie umowy i rozpoczęcie prac (wliczając czas możliwy na odwołania innych Wykonawców itp.). Co w sytuacji kiedy procedura wyboru Wykonawcy wydłuży się w sposób uniemożliwiający w pełni realizację Zamówienia? Czy Zamawiający przewiduje scenariusz, w którym możliwa będzie częściowa realizacja przedmiotu umowy, np. produkcja 5 podcastów i 20 postów na social media, z proporcjonalnym pomniejszeniem wynagrodzenia Wykonawcy?

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Przedmiotem zamówienia jest realizacja wszystkich zadań i wskaźników opisanych w Opisie Przedmiotu Zamówienia. Wykonawca podpisując Umowę zobowiązuje się do zrealizowania wszystkich określonych w Umowie wskaźników i materiałów opisanych w OPZ. Niezrealizowanie przedmiotu umowy wiąże się z naliczeniem kar umownych, które zostały określone w Umowie w paragrafie 13.

Na obecnym etapie postępowania, Zamawiający nie może wskazać terminu w jakim planuje rozstrzygnięcie postępowania. Wykonawca składając ofertę do przedmiotowego postępowania jest nią związany przez 90 dni od otwarcia ofert. W tym czasie Zamawiający bada i ocenia oferty oraz dokonuje rozstrzygnięcia postępowania.

Wykonawca powinien wiedzieć, że składając ofertę musi wziąć pod uwagę wszystkie ryzyka i odpowiednio zabezpieczyć swoje interesy kalkulując cenę oferty.

3. W ramach realizacji Zamówienia Wykonawca ma stworzyć co najmniej 40 infografik. Uprzejma prośba o podanie bardziej szczegółowych informacji, które pozwolą bardziej precyzyjnie wycenić te prace Wykonawcom. W jaki sposób chcą Państwo wykorzystać te infografiki? W jaki sposób mają być one użyte? Jaką mają mieć rozdzielczość lub proporcje rozmiaru (ratio)? Czy Zamawiający przygotowuje szczegółowe wytyczne, co do tego jak mają wyglądać te grafiki, czy rolę Wykonawcy będzie też opracowanie koncepcji kreatywnej tych grafik, np. na podstawie opracowania danych i innych informacji merytorycznych dostarczonych przez Zamawiającego? Uprzejma prośba o podanie referencji/linku do już istniejących grafik (np. ze strony szczepienia.info), jako przykładu tego typu grafiki

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Wszystkie infografiki zostaną opublikowane przez Wykonawcę na stronie szczepienia.info we wskazanych przez Zamawiającego miejscach.

Infografika jest materiałem edukacyjnym dla Użytkowników portalu szczepienia.info.

Infografika, aby mogła zostać uznana za skuteczny element przekazu musi być czytelna. Powinna być przygotowana w odpowiednio wysokiej rozdzielczości na potrzeby stron www, ekranów smartfonów oraz monitorów komputerów stacjonarnych. Przykłady infografik znajdują się na stronie szczepienia.info.

Opracowanie materiałów edukacyjnych w tym koncepcję kreatywną Wykonawca przygotowuje na podstawie wkładu merytorycznego Zamawiającego.

Przykład infografiki:

<https://szczepienia.pzh.gov.pl/wp-content/uploads/2022/12/08-Kwalifikacja-do-szczepienia-HPV-1.jpg>

<https://szczepienia.pzh.gov.pl/wp-content/uploads/2023/04/25-druk-1.jpg>

4. W ramach zadania "Usprawnienie dotychczasowych i rozwój nowych funkcjonalności strony" (pkt 2 OPZ) Wykonawca ma m.im dostosować "zawartości podstrony „Dla lekarzy” jako „Bazy wiedzy na temat szczepień dorosłych” (na podstawie wkładu merytorycznego Zamawiającego)". Uprzejma informacja na czym ma polegać to dostosowanie zawartości.

a) Czy chodzi o opracowanie redakcyjne artykułów, a jeżeli tak to ile ich ma być i jakiej długości?

b) czy chodzi o opracowanie materiałów graficznych? Czy ma to być edycja już istniejących materiałów graficznych, a jeżeli tak, to ile ich ma być, czy posiadają Państwo pliki otwarte i w jakim formacie? Jak daleko ma być posunięta ingerencja w te już istniejące materiały, które trzeba dostosować? Czy ma to obejmować również stworzenie nowych materiałów graficznych? Ile ma ich być, jaką mają mieć rozdzielczość, czy koncepcja (tj. co mają dokładnie przedstawiać) tych grafik jest po stronie Zamawiającego, czy ma ją przygotować Wykonawca?

c) Czy chodzi o developerskie (zmiany programistyczne w kodzie strony) dostosowanie zawartości podstrony "Dla lekarzy"? Jeżeli tak, to prosba o jak najdokładniejsze opisanie prac, które mają zostać przeprowadzone.

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

a) Opis Przedmiotu Zamówienia nie uwzględniał przygotowania artykułów.

b) Tak. Zadaniem Wykonawcy będzie m.in. opracowanie materiałów graficznych.

Poza przygotowaniem nowych materiałów graficznych do zadań Wykonawcy należy również aktualizacji istniejących materiałów graficznych zamieszczonych na stronie szczepienia.info. Liczbę materiałów wymagających aktualizacji Zamawiający prześle Wykonawcy po podpisaniu Umowy. Zamawiający dostarczy Wykonawcy pliki otwarte w formacie pdf lub psd.

Zakres ingerencji będzie wynikał z przygotowanej przez Wykonawcę wstępnej koncepcji kreatywnej kampanii, która następnie będzie musiała być zaakceptowana przez Zamawiającego.

Zgodnie z OPZ elementem koncepcji kreatywnej kampanii jest opracowanie nowych materiałów graficznych oraz modyfikacja istniejących.

Przygotowanie nowych materiałów graficznych będzie wynikało ze wstępnej koncepcji kreatywnej kampanii.

Przygotowanie grafik jest po stronie Wykonawcy,

Materiały graficzne muszą być czytelne. Powinny być przygotowane w odpowiednio wysokiej rozdzielczości na potrzeby stron www, ekranów smartfonów oraz monitorów komputerów stacjonarnych.

Zgodnie z OPZ materiałów graficznych ma być 40 sztuk.

c) Po stronie Wykonawcy jest przygotowanie wizualizacji zakładki „Dla lekarzy” i zapewnienie jej responsywności zgodnie w wymogami WCAG. Zakres i ilość prac będzie wynikała z przygotowanej koncepcji kreatywnej.

5. Według dokumentów przetargowych szacunkowa całkowita wartość zamówienia bez VAT wynosi 2 223 190.00 PLN. Tymczasem w innym miejscu zamówienia wskazują Państwo, że na realizację podstawowego zakresu zamówienia (bez prawa opcji) chcą Państwo przeznaczyć 910 000 złotych brutto, czyli w przybliżeniu 739 837,39 zł netto. Uprzejma prośba o wyjaśnienie tej wynoszącej prawie 1,5 mln złotych netto rozbieżności w tych kwotach.

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Kwota 2 223 190 PLN bez VAT wynika z szacowania rynku przeprowadzonego przez Zamawiającego przed wszczęciem postępowania. Jest to średnia wycena wszystkich wycen jakie Wykonawca otrzymał w drodze szacowania rynku.

Kwota 910 000 PLN brutto (bez prawa opcji) to kwota, którą Zamawiający przeznaczył na realizację zamówienia podstawowego/gwarantowanego.

6. Prosimy o podanie zakresu usług obłożonych prawem opcji w ramach budżetu 1,5 mln zł netto. Co wchodzi w skład tych działań?

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

W dokumentach przetargowych nie ma ujętej kwoty 1,5 mln zł netto, która miałyby być przeznaczona na skorzystanie z Prawa Opcji. Zakres Prawa Opcji został opisany w Umowie w paragrafie 4. Prawo opcji.

7. Prosimy o podanie zakresu usług oraz wskaźników mediowych jakie mają obejmować budżet podstawowy/ gwarantowany?

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Dokładny opis zadań oraz wskaźniki, które mają być osiągnięte w Kampanii przez Wykonawcę zostały ujęte w Opisie Przedmiotu Zamówienia w Rozdziale II pkt. 4 oraz w Rozdziale III pkt 5.

8. Jaki dokładnie katalog/zakres usług obejmują "dodatkowe usług (...) w zakresie wsparcia Zamawiającego w procesie utrzymania i modernizacji strony szczepienia.info po okresie gwarancji"? Czy na etapie Zamówienia Wykonawcy powinni wycenić jakieś pozycje dotyczące usług, które są objęte prawem opcji?

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Zakres świadczenia realizowanego w ramach prawa opcji dla utrzymania i modernizacji jest tożsamy z zakresem wskazanym w OPZ dla zamówienia podstawowego.

Wykonawca zobowiązuje się do oszacowania i przedstawienia miesięcznego kosztu świadczenia dodatkowych usług wsparcia odrębnie od podstawowego kosztu realizacji przedmiotu zamówienia.

9. Filmy, podcasty, FAQ - czy Wykonawcy mają/mogą uwzględnić udział ekspertów ze strony NIZP PZH PIB w przygotowaniu tych materiałów? Czy Wykonawcy mogą założyć, że eksperci Zamawiającego wystąpią w filmach/podcast, jako goście?

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Wykonawca wskaże Zamawiającemu ekspertów, z którymi będą realizowane materiały wideo, podcasty oraz audycje radiowe.

Wykonawcy mogą założyć, że eksperci Zamawiającego wystąpią w filmach/podcast, jako goście.

10. Na stronie 10 OPZ, w tabeli określającej wskaźniki realizacji celów Kampanii w kolumnie "Wskaźnik" znajduje się pozycja "Kampania sponsorowana na YouTube" opisany w kolumnie "Wymaganie" jako "Spot 15 sekund". Rozumiemy, że Zamawiający w ramach tego zadania ma wyemitować na YT spot 15 sekundowy. Czy spot ten będzie dostarczony przez Zamawiającego? Czy spot ten musi zostać wyprodukowany przez "Wykonawcę", a jeżeli tak, to jakie są wymagania dotyczące tego produktu? Jakiej tematyki ma dotyczyć, jaki nieść komunikat itp. Jakie wskaźniki mediowe ma osiągnąć ta emisja spotu na YT?

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Koncepcja oraz realizacja spotu będzie po stronie Wykonawcy.

Wykonawca w ramach tego zadania ma wyemitować na YT spot 15 sekundowy.

Spot ten musi zostać wyprodukowany przez "Wykonawcę".

Zamawiający nie dostarcza spotu Wykonawcy.

Tematyka kampanii została opisana w Rozdziale II Wymagania ogólne dla Kampanii. Wskaźniki, które mają być osiągnięte w Kampanii przez Wykonawcę zostały ujęte w Opisie Przedmiotu Zamówienia w Rozdziale II pkt. 4 oraz w Rozdziale III pkt 5.

11. Jednym z zadań Wykonawcy jest wyprodukowanie 10-ciu "nagrań na YT na temat szczepień ochronnych realizowanych w ramach PSO". Uprzejma prośba o uszczegółowienia jaki zakres merytoryczny mają spełniać te materiały. Będziemy również wdzięczni za przesłanie referencji takie nagrania, co pozwoli m.in. określić ile dni zdjęciowych i jakie zasoby są potrzebne do wyprodukowania pojedynczego nagrania.

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

W OPZ został opisany zakres merytoryczny kampanii w sposób ogólny.

Szczegółowy zakres merytoryczny materiałów zostanie przekazany Wykonawcy po podpisaniu umowy zgodnie z zapisami OPZ.

Zamawiający przedstawia przykładowe Nagrania wideo, które znajdują się na stronie [szczepienia.info](https://szczepienia.pzh.gov.pl/dla-lekarzy/szczepienia-hpv/podkasty-o-szczepieniach/):

<https://szczepienia.pzh.gov.pl/dla-lekarzy/szczepienia-hpv/podkasty-o-szczepieniach/>

12. Strona 20 OPZ - zapis "Wykonawca udokumentuje doświadczenie w prowadzeniu działań komunikacyjnych w obszarze ochrony zdrowia, w tym promocji profilaktyki chorób zakaźnych.". Co zamawiający rozumie poprzez udokumentowanie doświadczenia w prowadzeniu działań komunikacyjnych w obszarze ochrony zdrowia". Jakże konkretnie działania mają zostać podjęte przez Wykonawcę i jaki konkretnie (wymiernie) efekt osiągnięty?

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Zamawiający informuje, że wskazany zapis w OPZ dotyczący udokumentowania doświadczenia w prowadzeniu działań komunikacyjnych w obszarze ochrony zdrowia, w tym promocji profilaktyki chorób zakaźnych został wpisany omyłkowo.

Zamawiający poniżej dokona stosownej zmiany treści SWZ poprzez wykreślenie zapisu.

13. Strona 20/23/24 OPZ mówi o warunkach utrzymania strony Zamawiający pisze, że strona ma być aktywna przez cały okres realizacji programu. Wskaźnik odwiedzin strony w okresie realizacji Programu – śr. 700 000 odwiedzin strony miesiąc. Prosimy o informacje jaki okres realizacji Programu chodzi? Przez ile miesięcy od odpisania umowy strona ma miesięcznie generować śr. 700 000 odwiedzin strony

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Jest to okres od podpisania Umowy do 15 grudnia 2023.

Wskaźnik dotyczy całej realizacji umowy.

Zamawiający poniżej dokona stosownej zmiany treści SWZ.

14. Strona 24 OPZ prosimy o doprecyzowanie, czy podane w tabeli ilości wskaźników dotyczą realizacji aktywności miesięcznych? Czyli, np. miesięcznie Wykonawca ma dostarczać 40 infografik? Jeśli tak przez ile miesięcy wskaźniki mają być realizowane?

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Wskaźniki dotyczą całej kampanii i muszą być zrealizowane w trakcie trwania Umowy.

15. W prowadzonym postępowaniu cena stanowi 70% kryterium oceny. Na cenę składają się wszystkie elementy związane produkcją materiałów graficznych, zmiany na stronie www, zamieszczanie treści w mediach społecznościowych, współpraca z kreatorami przekazu oraz realizacja kampanii w mediach konwencjonalnych, kampania display w internecie. W dokumentach nie ma informacji na temat wymaganych minimalnych wskaźników mediowych, które mają wpływ na budżet oraz jakość kampanii. Prosimy o podanie informacji jakie minimalne parametry mediowe (np. zasięgi, odsłony) mają osiągnąć działania w mediach konwencjonalnych oraz kampanii display.

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Wskaźniki, które mają być osiągnięte w Kampanii przez Wykonawcę zostały ujęte w Opisie Przedmiotu Zamówienia w Rozdziale II pkt. 4 oraz w Rozdziale III pkt 5.

16. Strona 10 OPZ tabela wskaźniki realizacji celów Kampanii – w tabeli w sekcji Medium Materiały audiowizualne jako wskaźnik jest podana Kampania sponsorowana na You Tube – spot 15”. Prosimy o podanie informacji jak Wykonawca ma rozumieć ten zapis. Czy chodzi o wstawianie wyprodukowanego spotu na profil Zamawiającego, czy też spot ma mieć promocje płatną? Jeśli ma mieć promocje płatną jakie wskaźniki ma uzyskać i w jakim czasie?

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Chodzi o wstawianie wyprodukowanego spotu na profil Zamawiającego, w którym spot ma mieć promocje płatną.

Wykonawca ma uzyskać wskaźnik 100 000 odsłon spotu na YouTube w czasie trwania kampanii, czyli do 15 grudnia 2023.

Zamawiający poniżej dokona stosownej zmiany treści SWZ.

17. Strona 10 OPZ tabela wskaźniki realizacji celów Kampanii – w tabeli w sekcji Medium Materiały audiowizualne jako wskaźnik jest podana Kampania sponsorowana na You Tube – spot 15”. Czy spot ma być skrótem wyprodukowanych filmów, czy też ma to być nowy materiał? Prosimy o doprecyzowanie zadania.”

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy PZP Zamawiający informuje, iż udzielił wyjaśnienia:

Wykonawca jest odpowiedzialny za przygotowanie nowego materiału audiowizualnego.

Na podstawie art. 137 ust. 1 ustawy Prawo Zamówień Publicznych z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych, Zamawiający **Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH – Państwowy Instytut Badawczy** informuje, że w przedmiotowym postępowaniu, dokonał następującej zmiany treści Specyfikacji Warunków Zamówienia:

I. W ROZDZIALE III SWZ (OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA), pkt. II. Wymagania ogólne dla Kampanii, ppkt. 4 Zasięg Kampanii, Wskaźniki realizacji celów Kampanii, Wykonawca osiągnie w toku realizacji poniższe wskaźniki, Tabela pkt. 1 SOCIAL MEDIA, Posty sponsorowane na SM oraz pkt. 2 Materiały audiowizualne, Kampania sponsorowana na YouTube jest:

Lp.	MEDIUM	WSKAŹNIK	WYMAGANIE
1.	SOCIAL MEDIA	Liczba postów na temat szczepień ochronnych realizowanych w ramach PSO z uwzględnieniem szczepień przeciw HPV.	40
		Liczba przeprowadzonych przez influencerów akcji informacyjnych	Min. 4 influencerów po 4 akcje każdy
		Posty sponsorowane na SM	Min. 3 dark posty w okresie od dnia

			podpisania Umowy do 5.12.2023 r.
2.	MATERIAŁY AUDIOWIZUALNE	Liczba filmików edukacyjnych z ekspertami (Q&A)	10
		Liczba nagrań na YT na temat szczepień ochronnych realizowanych w ramach PSO	minimum 10
		Podcasty z ekspertami	10 w tym jeden podcast z udziałem eksperta zrealizowany przez kreatora przekazu (podcastera)
		Kampania sponsorowana na YouTube	Spot 15 sekund
3.	MEDIA KONWENCJONALNE	Audycje radiowe z ekspertami skierowane do rodziców	5
4.	KAMPANIA DISPLAY	Skierowana do rodziców nastolatków GDN, SEM	

Zamawiający zmienia treść przytaczanego zapisu i nadaje mu nowe brzmienie:

Lp.	MEDIUM	WSKAŹNIK	WYMAGANIE
1.	SOCIAL MEDIA	Liczba postów na temat szczepień ochronnych realizowanych w ramach PSO z uwzględnieniem szczepień przeciw HPV.	40
		Liczba przeprowadzonych przez influencerów akcji informacyjnych	Min. 4 influencerów po 4 akcje każdy
		Posty sponsorowane na SM	Min. 3 dark posty w okresie od dnia podpisania Umowy do 15.12.2023 r.
2.	MATERIAŁY AUDIOWIZUALNE	Liczba filmików edukacyjnych z ekspertami (Q&A)	10

		Liczba nagrań na YT na temat szczepień ochronnych realizowanych w ramach PSO	minimum 10
		Podcasty z ekspertami	10 w tym jeden podcast z udziałem eksperta zrealizowany przez kreatora przekazu (podcastera)
		Kampania sponsorowana na YouTube	Spot 15 sekund 100 000 odsłon
3.	MEDIA KONWENCJONALNE	Audycje radiowe z ekspertami skierowane do rodziców	5
4.	KAMPANIA DISPLAY	Skierowana do rodziców nastolatków GDN, SEM	

II. W ROZDZIALE III SWZ (OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA), pkt. III. Strona internetowa szczepienia.pzh.gov.pl. Wymagania ogólne, PPKT. 4. Dodatkowe wymagania jest:

4. Dodatkowe wymagania

- Strona musi być aktywna przez cały okres realizacji programu. Wskaźnik odwiedzin strony w okresie realizacji Programu – śr. 700 000 odwiedzin strony/miesiąc.
- Wykonawca udokumentuje doświadczenie w prowadzeniu działań komunikacyjnych w obszarze ochrony zdrowia, w tym promocji profilaktyki chorób zakaźnych.

Zamawiający zmienia treść przytaczanego zapisu i nadaje mu nowe brzmienie:

4. Dodatkowe wymagania

- Strona musi być aktywna przez cały okres realizacji programu. Wskaźnik odwiedzin strony w okresie realizacji Programu – śr. 700 000 **odwiedzin strony**.

III. W ROZDZIALE III SWZ (OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA), pkt. IV. Współpraca z Zamawiającym. Monitoring i raportowanie, ppkt. C jest:

c) Internetowa kampania medialna oraz kampania w mediach społecznościowych będzie realizowana w terminie ustalonym między Wykonawcą a Zamawiającym w Harmonogramie po zawarciu Umowy zgodnie z założeniem emisji spotów opisanych w pkt. Szczegółowe Zadania Wykonawcy.

Zamawiający zmienia treść przytaczanego zapisu i nadaje mu nowe brzmienie:

c) Internetowa kampania medialna oraz kampania w mediach społecznościowych będzie realizowana w terminie ustalonym między Wykonawcą a Zamawiającym w Harmonogramie po zawarciu Umowy zgodnie z założeniem emisji spotów opisanych w **Wymaganiach Ogólnych dla kampanii**.

IV. W ROZDZIALE III SWZ (OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA), PKT. 16. FILMY EDUKACYJNE I PODCASTY, PPKT. 1 JEST:

16. Filmy edukacyjne i podcasty

1. Zadaniem Wykonawcy będzie produkcja 10 filmów edukacyjnych oraz 10 podcastów w oparciu o uzgodnione z Zamawiającym scenariusze. Działania będą realizowane w dwóch etapach:
 - 1) Etap 1: opracowanie koncepcji kreatywnej, w tym: przygotowanie scenariuszy filmów i podcastów przez Wykonawcę (przedstawienie propozycji materiałów dźwiękowych, animacji, zdjęć, plansz itp.);
 - 2) Etap 2: produkcja i przekazanie gotowych filmów”.

Zamawiający zmienia treść przytaczanego zapisu i nadaje mu nowe brzmienie:

16. Filmy edukacyjne i podcasty

1. Zadaniem Wykonawcy będzie produkcja **20** filmów edukacyjnych oraz 10 podcastów w oparciu o uzgodnione z Zamawiającym scenariusze. Działania będą realizowane w dwóch etapach:
 - 1) Etap 1: opracowanie koncepcji kreatywnej, w tym: przygotowanie scenariuszy filmów przez Wykonawcę (przedstawienie propozycji materiałów dźwiękowych, animacji, zdjęć, plansz itp.);
 - 2) Etap 2: produkcja i przekazanie gotowych filmów.

V. W ROZDZIALE IV SWZ (PROJEKTOWANE POSTANOWIENIA UMOWY), W §. 13 KARY UMOWNE, UST. 3 PKT 4 JEST:

„3. Zamawiający naliczy kary umowne w następujących przypadkach:

- 1) Za odstąpienie od Umowy z winy Wykonawcy w wysokości 30 % wynagrodzenia brutto określonego w § 7 ust. 1 Umowy,
- 2) Za niezrealizowanie wskaźników określonych w § 2 ust. 2 Umowy w wysokości 7 % wynagrodzenia brutto określonego w § 7 ust. 1 Umowy za każdy ze wskaźników objętych liczbą porządkową odrębnie,
- 3) Za niezrealizowanie wskaźników określonych w pkt 4. OPZ w wysokości 15 % wynagrodzenia brutto określonego w § 7 ust. 1 Umowy,
- 4) Za wykonane audytu UX i UI po terminie określonym w § 6 ust. 4 lit. A) Umowy w wysokości 2.500 zł,

„Zadanie realizowane ze środków Narodowego Programu Zdrowia na lata 2021-2025, finansowane przez Ministra Zdrowia”

- 5) Za zwłokę w przekazaniu Harmonogramu, o którym mowa w § 6 ust. 2 Umowy w wysokości 2.500 zł za każdy dzień zwłoki.
- 6) Za naruszenie zasad poufności w stosunku do zasad określonych w § 11 Umowy w wysokości 15.000 zł za każdy stwierdzony przypadek.
- 7) Za skierowanie do realizacji Umowy podwykonawcy bez uzyskania akceptacji Zamawiającego o podwykonawstwo w wysokości 15.000 zł,
- 8) W przypadku nieterminowej realizacji Przedmiotu Umowy (w tym przekroczenia terminów wynikających z Harmonogramu), Zamawiający ma prawo do naliczania kar umownych w wysokości 2% wartości wynagrodzenia brutto, o którym mowa w § 7 ust. 1 za każdy dzień zwłoki w terminie realizacji Przedmiotu Umowy lub przekroczenia terminów wynikających z Harmonogramu”

Zamawiający zmienia treść przytaczanego zapisu i nadaje mu nowe brzmienie:

„3. Zamawiający naliczy kary umowne w następujących przypadkach:

- 1) Za odstąpienie od Umowy z winy Wykonawcy w wysokości 30 % wynagrodzenia brutto określonego w § 7 ust. 1 Umowy,
- 2) Za niezrealizowanie wskaźników określonych w § 2 ust. 2 Umowy w wysokości 7 % wynagrodzenia brutto określonego w § 7 ust. 1 Umowy za każdy ze wskaźników objętych liczbą porządkową odrębnie,
- 3) Za niezrealizowanie wskaźników określonych w pkt 4. OPZ w wysokości 15 % wynagrodzenia brutto określonego w § 7 ust. 1 Umowy,
- 4) Za wykonanie audytu UX i UI po terminie określonym w Harmonogramie wynosi 2500 zł.**
- 5) Za zwłokę w przekazaniu Harmonogramu, o którym mowa w § 6 ust. 2 Umowy w wysokości 2.500 zł za każdy dzień zwłoki.
- 6) Za naruszenie zasad poufności w stosunku do zasad określonych w § 11 Umowy w wysokości 15.000 zł za każdy stwierdzony przypadek.
- 7) Za skierowanie do realizacji Umowy podwykonawcy bez uzyskania akceptacji Zamawiającego o podwykonawstwo w wysokości 15.000 zł,
- 8) W przypadku nieterminowej realizacji Przedmiotu Umowy (w tym przekroczenia terminów wynikających z Harmonogramu), Zamawiający ma prawo do naliczania kar umownych w wysokości 2% wartości wynagrodzenia brutto, o którym mowa w § 7 ust. 1 za każdy dzień zwłoki w terminie realizacji Przedmiotu Umowy lub przekroczenia terminów wynikających z Harmonogramu”

VI. W ROZDZIALE IV SWZ (PROJEKTOWANE POSTANOWIENIA UMOWY), W §. 14 ZABEZPIECZENIE NALEŻYTEGO WYKONANIA UMOWY JEST:

”

1. Strony oświadczają, że Wykonawca wniósł przed zawarciem Umowy zabezpieczenie należytego wykonania Umowy w wysokości 3 % wynagrodzenia brutto, określonego w § 7 ust. 1 Umowy, tj.

„Zadanie realizowane ze środków Narodowego Programu Zdrowia na lata 2021-2025, finansowane przez Ministra Zdrowia”

..... (słownie:),
w formie

2. Do zmiany formy zabezpieczenia Umowy w trakcie realizacji niniejszej Umowy stosuje się art. 451 ustawy Prawo zamówień publicznych.
3. Zabezpieczenie, o którym mowa w ust. 1, służy pokryciu wszelkich roszczeń Zamawiającego z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania Umowy, w tym kar umownych oraz roszczeń odszkodowawczych z tytułu szkody, jaką Zamawiający poniósł w związku z realizacją Umowy.
4. Ustanowienie zabezpieczenia, o którym mowa powyżej, nie ogranicza Zamawiającego w dochodzeniu roszczeń od Wykonawcy na zasadach ogólnych.
5. W przypadku nieprzedłużenia lub niewniesienia nowego zabezpieczenia najpóźniej na 30 dni przed upływem terminu ważności dotychczasowego zabezpieczenia wniesionego w innej formie niż w pieniądzu, Zamawiający zmienia formę na zabezpieczenie w pieniądzu, przez wypłatę kwoty z dotychczasowego zabezpieczenia.
6. Wypłata, o której mowa w ust. 5, następuje nie później niż w ostatnim dniu ważności dotychczasowego zabezpieczenia.
7. Zamawiający zwróci zabezpieczenie należytego wykonania Umowy Wykonawcy po upływie 30 dni od dnia jej zakończenia w przypadku stwierdzenia prawidłowej jej realizacji.

Zamawiający usuwa § 14 Zabezpieczenie należytego wykonania Umowy.

Zamawiający nie żąda w przedmiotowym postępowaniu Zabezpieczenie należytego wykonania Umowy.

Zamawiający informuje, iż:

- w wyniku złożonych wyjaśnień dokonał zmiany treści SWZ;
- wszystkie zmiany są zaznaczone kolorem zielonym;
- w wyniku dokonanej zmiany treści SWZ, Zamawiający nie przedłużył terminu składania ofert;

ZATWIERDZIŁ

Dyrektor

**Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego PZH –
Państwowego Instytutu Badawczego
dr n. med. Bernard Waśko**