

Toruń, 21.04.2023 r.

**ZW-I.272.19.2023**

## **ODPOWIEDZI NA PYTANIA**

Informuję, iż w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonym w trybie podstawowym bez negocjacji, o którym mowa w art. 275 pkt 1 ustawy Pzp, którego przedmiotem jest: przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej w związku z ustanowieniem przez Sejmik Województwa Kujawsko-Pomorskiego roku 2023 rokiem Mikołaja Kopernika oraz przeprowadzenie kampanii promującej region i wybitne postaci z nim związane, wpłynęły pytania, których treść wraz z odpowiedziami zamieszczam poniżej:

### **Pytanie 1**

W związku z planowanym udziałem w Państwa postępowaniu zwracam się z wnioskiem o wyjaśnienie SWZ: 1. Dotyczy złożenie oferty i dokumentów wymaganych do oferty - zamawiający napisał, że oczekuje, aby każdy z wykonawców złożył do oferty wstępną koncepcję strategiczną i oraz koncepcję kreatywną. W punkcie tym należy zwrócić uwagę na wyjątkową niekonsekwencję Zamawiającego, który oczekując koncepcji kreatywnej w tym scenariuszy filmów jednocześnie zastrzega sobie, że tematy poszczególnych filmów przekaze wykonawcy na etapie realizacji zamówienia. ( OPZ warunki szczegółowe pkt 2 p pkt. 3.Powstaje więc pytanie na jakiej podstawie potencjalni wykonawcy mają oszacować to zlecenie, nie znając nawet tematów filmów. W jaki sposób mają przedstawić propozycję scenariuszy filmów nie znając tematów filmu? Proszę o ustosunkowanie się do tych wątpliwości.

### **Ad 1.**

-Wykonawca przedstawia 2 scenariusze a zakłada się wyprodukowanie min. 5 spotów wideo/filmów o długości min. 3 min.

-Temat kampanii jest zawarty w nagłówku SPOZ: Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej w związku z ustanowieniem przez Sejmik Województwa Kujawsko-Pomorskiego roku 2023 rokiem Mikołaja Kopernika oraz przeprowadzenie kampanii promującej region i wybitne postaci z nim związane

-Kampania ma mieć charakter regionalny i obejmować cały obszar województwa kujawsko-pomorskiego. Kampania medialna jest kampanią informacyjno-promocyjną skierowaną do ogółu mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego;

## **Pytanie 2**

Przedstawienie do oferty koncepcji strategicznej i koncepcji kreatywnej kampanii - Zamawiający oczekuje przedstawienia do oferty tych dwóch elementów kampanii, które de facto są częścią zamówienia. Innymi słowy zamawiający oczekuje realizacji części przedmiotu zamówienia przed faktycznym rozstrzygnięciem postępowania co wyraźnie wynika z OPZ. Naszym zdaniem taka formuła postępowania jest niezgodna z PZP. Zamawiający nie może oczekiwać od potencjalnych wykonawców wykonywania części prac będących przedmiotem zamówienia za darmo przed rozstrzygnięciem postępowania. KIO wyraziła swoją opinię w tej materii w kilku orzeczeniach. Warto również dodać, że w OPZ nie zawarł żadnych kluczowych informacji merytorycznych, które posłużyłyby do ewentualnego przygotowania takich koncepcji. Szczątkowe, jednozdaniowe sformułowania to jednak za mało aby napisać jakąkolwiek koncepcję. Tak więc w tym przypadku, wykonawcy mają praktycznie znikome możliwości aby taką ofertę złożyć. Wobec powyższego składamy wniosek o zmianę tego punktu SWZ na taki, który nie będzie naruszał PZP., a przede wszystkim umożliwił wszystkim chętnym wykonawcom, bez naruszania zasad uczciwej konkurencji złożyć ofertę.

### **Ad. 2**

Zamawiający wymaga dołączenia do oferty wstępnej koncepcji strategicznej i wstępnej koncepcji kreatywnej.

## **Pytanie 3**

Dotyczy kryteria oceny ofert - konsekwencją złożenia razem z ofertą koncepcji strategicznej i kreatywnej są poza cenowe kryteria oceny ofert. Zamawiający napisał w nich, że będzie oceniał: Jakość, spoty i publikacje. Przy czym w kryterium jakości Zamawiający oceniał będzie złożone do oferty rzeczony koncepcje. Sama konstrukcja kryteriów budzi również wątpliwości pod kątem zgodności z zasadami uczciwej konkurencji. np. Zamawiający będzie oceniał oryginalność szaty graficznej na zasadzie spełnia nie spełnia. Jak można zauważyć taki opis pozwala na absolutną dowolność i brak jakiegokolwiek obiektywności przy ocenie takiego kryterium. Podobnie jest np w przypadku oceny szaty graficznej co do estetyki. Dla jednego może być ona estetyczna dla drugiego nie. Praktycznie wszystkie kryteria zostały tak napisane, że pozwalają na dużą dozę dowolności w ocenie. Zgodnie za mieszczonym na stronie UZP katalogu poza cenowych kryteriów oceny ofert takie czynniki jak jakość powinny być oceniane w sposób maksymalnie obiektywny. [https://www.uzp.gov.pl/\\_data/assets/pdf\\_file/0019/44704/Pozacenowe-kryteria-oceny-ofert\\_ver2.pdf](https://www.uzp.gov.pl/_data/assets/pdf_file/0019/44704/Pozacenowe-kryteria-oceny-ofert_ver2.pdf). Zamawiający zobowiązany jest podać wykonawcom zasady oceny, czyli wskazać co najmniej na kryteria (podkryteria, ewentualnie subkryteria) oceny ofert i ich znaczenie dla całkowitej oceny w ramach kryterium. Część z nich powinna być badana przy użyciu wymiernych i powtarzalnych metod

oceny. w Państwa przypadku niestety mamy do czynienia z bardzo nieobiektywnymi zasadami oceny, które nie mają nic wspólnego z zasadami uczciwej konkurencji. Mając wszystko na względzie również w tym przypadku składamy wniosek o zmianę kryteriów w taki sposób aby spełniały one zasady opisane w PZP”.

### **Ad. 3**

W ocenie Zamawiającego kryteria są trafne i pozwalają na obiektywną ocenę, gdyż wskazują najlepszy produkt promocyjny o największym potencjale promocyjnym kampanii (m. in. szata graficzna), jego funkcjonalność, estetykę i rozpoznawalność i postrzeganie projektu przez mieszkańców. Za dostosowanie do grupy docelowej odpowiada komisja złożona z osób z wieloletnim doświadczeniem zawodowym w promocji. Ponadto ocenie w kampanii podlega kilka różnych produktów. Ocena jakości przeprowadzana jest przez członków komisji z różnych punktów widzenia, w tym projektowego, technicznego, estetycznego z jasnym i logicznym przekazem budzącym pozytywne skojarzenia u grup docelowych.

### **Pytanie 4**

Dzień dobry, Zwracam się z prośbą o odpowiedź na pytanie dot. ww. postępowania. Czy Zamawiający wyrazi zgodę na przesunięcie terminu składania ofert na dzień 05.05 z uwagi na krótki czas jaki Wykonawcy mają na przygotowania oferty? Do oferty należy przygotować koncepcję kreatywną oraz koncepcję strategiczną także aby przygotować rzetelną i przemyślaną koncepcję oceniamy, iż wymaga ona więcej czasu niż przewiduje obecny termin składania ofert. Przesunięcie terminu składania ofert pozwoli na złożenie wiarygodnych i konkurencyjnych ofert”.

### **Ad. 4**

Zamawiający nie wyraża zgody na zmianę terminu składania ofert.

**Termin składania, termin otwarcia ofert oraz termin związania ofertą pozostają bez zmian.**

*Przewodniczący Komisji Przetargowej*