

Warszawa, dnia 22 sierpnia 2023 r.

Zamawiający:

Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH – Państwowy Instytut Badawczy

ul. Chocimska 24

00-791 Warszawa

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pn. „Organizacja i realizacja IV edycji konkursu pt. „Rodzinna Akcja: Zdrowa Rywalizacja” pod hasłem: „Zasiej Zdrowie”, w tym prostej platformy na potrzeby realizacji konkursu oraz kampanii promocyjno-edukacyjnej związanej z konkursem zachęcającej do udziału w konkursie oraz motywującej rodziny do zmiany nawyków żywieniowych i poprawy aktywności fizycznej”.

Znak postępowania: O.OZP.260.32.6.2023

Wyjaśnienia treści Specyfikacji Warunków Zamówienia

Zamawiający, tj. Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH – Państwowy Instytut Badawczy informuje, że w związku z wnioskiem o wyjaśnienie treści Specyfikacji Warunków Zamówienia, który wpłynął do Zamawiającego, niniejszym działając na podstawie art. 284 ust. 2 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz.U 2022 poz. 1710 ze zm.) przekazuje treść zapytań wraz z odpowiedziami.

1. W ZZW jest informacja, że Wykonawca ma "przygotować i zakupić 50 radiowych spotów reklamowych". Prośba o doprecyzowanie, czy wykonawca ma nagrać 50 różnych spotów, czy też nagrać jeden spot i zapewnić 50 jego emisji w radio? A jeśli jeden spot i 50 emisji, to czy wszystkie emisje mogą być nadane w jednym radio?

Odpowiedź: Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania 1 (jednego) spotu i zakupu czasu antenowego w postaci 50 (pięćdziesięciu) emisji spotu. Spoty mogą być wyemitowane w jednej stacji radiowej.

2. Czy założono kwotę na promocję postów na Facebooku i Instagramie?

Odpowiedź: Nie

3. Czy określono czas trwania wywiadów radiowych? Czy Wykonawca ma zapewnić wynagrodzenie ekspertom, którzy będą udzielali wywiadów?

Odpowiedź: Czas trwania 1 wywiadu to co najmniej 3 minuty. Ekspertami będą pracownicy merytoryczni z Narodowego Centrum Edukacji Żywnościowej Zamawiającego, którzy z tytułu udzielenia wywiadu nie będą wynagradzani z budżetu projektu. Ww. eksperci są do dyspozycji bez kosztów.

4. Termin składania oferty został określony na 4 września, całość usługi musi się zakończyć 30 listopada (wraz z opracowaniem raportu), konkurs ma trwać 1 miesiąc, zaś na 2 tygodnie przez konkursem ma się zacząć jego promocja. Jak rozumiemy, do 30 listopada trzeba będzie rozstrzygnąć konkurs i wysłać nagrody do zwycięzców. Co za tym idzie - promocja konkursu powinna się zacząć nie później jak 9 października. W przypadku szybkiego wybrania oferenta, np. do 15 września, Wykonawcy zostaje ok. 3 tygodnie na realizację wszystkich działań w projekcie, w tym budowę strony internetowej, nagranie filmów, itp. Czy Zamawiający faktycznie zakłada realizację projektu w tak krótkim czasie, czy też doszło do pomyłki w datach?

Odpowiedź: Podane w dokumentacji niniejszego zamówienia (Opis przedmiotu zamówienia (dalej „OPZ”), Specyfikacja Warunków Zamówienia (dalej „SWZ”), Projektowane Postanowienia Umowy) daty realizacji zamówienia są prawidłowe. Zamawiający nie popełnił omyłki w przedmiotowym zakresie.

5. W ZZW Wykonawca zobowiązany jest do wypromowania konkursu. Czy promocja konkursu obejmuje działania wskazane w treści dokumentacji (czyli posty na FB, spoty radiowe, artykuł na portalu parentingowym, itp.), czy też Wykonawca ma zaproponować jeszcze inne działania?

Odpowiedź: Wymienione w SWZ działania to minimum obowiązujących zadań promocyjnych Wykonawcy, czyli zadania spełniające wymogi w zakresie wykonania umowy w sprawie niniejszego zamówienia.

Promocja konkursu obejmuje działania w mediach społecznościowych. Wykonawca nie jest zobowiązany do zaproponowania innych działań niż działania wskazane w OPZ. Wykonawca musi zrealizować wszystkie wskazane w OPZ działania wraz z przedstawionymi wskaźnikami.

Zatwierdził:

dr n. med. Bernard Waśko

Dyrektor Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego PZH

– Państwowego Instytutu Badawczego

wz. dr Bogdan Wojtyniak, Prof. NIZP PZH-PIB

/Dokument podpisany kwalifikowanym

podpisem elektronicznym/