



Warszawa, dnia 14 sierpnia 2025 r.

Zamawiający:

Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH – Państwowy Instytut Badawczy

ul. Chocimska 24

00-791 Warszawa

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pn. „Realizacja kampanii promocyjnej pn. „*Wsparcie dietetyczne Twojego pacjenta*”.

Znak postępowania: D.DZP.260.966.2025

Wyjaśnienia treści Specyfikacji Warunków Zamówienia

Zamawiający, tj. Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH – Państwowy Instytut Badawczy informuje, że w związku z otrzymanymi wnioskami o wyjaśnienie treści Specyfikacji Warunków Zamówienia (dalej „SWZ”), które wpłynęły do Zamawiającego, niniejszym działając na podstawie art. 284 ust. 2 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz.U 2024 poz. 1320 ze zm.) [dalej „ustawa”] przekazuje treść zapytań wraz z odpowiedziami.

PYTANIE NR 1:

W związku z okresem urlopowym, zwracamy się z wnioskiem o wydłużenie naboru ofert do dnia 29.08.2025.

ODPOWIEDŹ:

Zamawiający **nie wyraża** zgody na wydłużenie terminu składania ofert.

PYTANIE NR 2:

Czy każda z co najmniej dwóch kampanii promocyjnych musi obejmować łącznie wszystkie wymienione działania, czy też dopuszczalne jest, aby kampania obejmowała tylko część z nich przy czym łącznie przedstawione kampanie będą uwzględniać wszystkie wymienione działania?

ODPOWIEDŹ:

Zamawiający wyjaśnia, że każda z kampanii promocyjnych wymaganych, zgodnie z warunkiem udziału w postępowaniu, o którym mowa w Rozdziale I pkt 9 ppkt 9.4. ppkt 1) SWZ, musi obejmować wszystkie wymienione w jego treści działania, tj.:

„co najmniej 2 (dwie) kampanie promocyjne usług i/lub produktów z wykorzystaniem mediów społecznościowych, artykułów sponsorowanych oraz bannerów na portalach internetowych, każda



obejmująca druk i wysyłkę materiałów promocyjnych, a także zaprojektowanie, produkcję i wysyłkę gadżetów promocyjnych, o wartości 170 000 zł brutto każda”.

Zgodnie z powyższym, Zamawiający nie dopuszcza dzielenia ww. zakresu przedmiotowego wymaganych usług w poszczególnych kampaniach promocyjnych przedstawianych w celu potwierdzenia spełniania warunku udziału w postępowaniu.

PYTANIE NR 3:

Czy za „bannery na portalach internetowych” będą uznawane kampanie display (reklamy typu display ads z wykorzystaniem banerów)?

ODPOWIEDŹ:

Zamawiający wyjaśnia, że kampanie display są równoznaczne z bannerami na portalach internetowych.

PYTANIE NR 4:

Czy jako kampania promocyjna spełniająca warunek zdolności zawodowej dopuszczona jest ogólnopolska, autorska kampania o charakterze edukacyjno-informacyjnym? W jaki sposób powinna być potwierdzona?

ODPOWIEDŹ:

Zamawiający wyjaśnia, że ocena spełniania przez Wykonawców warunków udziału w postępowaniu odbywa się po złożeniu ofert oraz dokonaniu ich badania i oceny.

Ponadto Zamawiający zaznacza, że treść warunku udziału w postępowaniu w zakresie wymaganej zdolności zawodowej jest następująca:

*„O udzielenie zamówienia może ubiegać się Wykonawca, który wykaże, że nie wcześniej niż w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, należycie wykonał, a w przypadku świadczeń powtarzających lub ciągłych również wykonuje, co najmniej 2 (dwie) **kampanie promocyjne usług i/ lub produktów z wykorzystaniem mediów społecznościowych, artykułów sponsorowanych oraz bannerów na portalach internetowych, każda obejmująca druk i wysyłkę materiałów promocyjnych, a także zaprojektowanie, produkcję i wysyłkę gadżetów promocyjnych, o wartości co najmniej 170 000 zł brutto każda**”.*

Mając na uwadze powyższe, należy stwierdzić, że Wykonawca przedstawiając usługi w celu potwierdzenia spełniania warunku udziału w postępowaniu musi wykazać, że zrealizował kampanie **o charakterze promocyjnym danej usług i/lub produktu** wartość każdej z nich wynosiła **co najmniej 170 000 złotych brutto każda (faktura, umowa, itp.).**



Ponadto, zgodnie z Rozdziałem I pkt 10. ppkt 10.4. pppkt 1) SWZ wskazano, że „w celu potwierdzenia braku podstaw do wykluczenia z postępowania oraz spełniania warunków udziału w postępowaniu, Zamawiający wezwie Wykonawcę, którego oferta została najwyżej oceniona, do złożenia w wyznaczonym terminie, nie krótszym niż 5 dni od dnia wezwania następujących dokumentów i oświadczeń:

1) Wykazu usług wykonanych, a w przypadku świadczeń powtarzających się lub ciągłych również wykonywanych, w okresie ostatnich 3 lat, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wraz z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których usługi zostały wykonane lub są wykonywane, oraz załączeniem dowodów określających, czy usługi zostały wykonane lub są wykonywane należycie, zgodnie z Załącznikiem nr II.4 do SWZ. Dowodami, o których mowa powyżej, są referencje bądź inne dokumenty sporządzone przez podmiot, na rzecz którego usługi zostały wykonane, a w przypadku świadczeń powtarzających się lub ciągłych są wykonywane, a jeżeli wykonawca z przyczyn niezależnych od niego nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów – oświadczenie Wykonawcy. W przypadku świadczeń powtarzających się lub ciągłych nadal wykonywanych referencje bądź inne dokumenty potwierdzające ich należyte wykonywanie powinny być wystawione w okresie ostatnich 3 miesięcy”.

PYTANIE NR 5:

Czy wartość każdej kampanii musi wynosić min. 170 000 zł brutto, czy dopuszczalny jest margines odchylenia (np. $\pm 10\,000$ zł brutto)?

ODPOWIEDŹ:

Zamawiający wyjaśnia, że zgodnie z warunkiem udziału w postępowaniu, o którym mowa w Rozdziale I pkt 9 ppkt 9.4. pppkt 1) SWZ Wykonawca musi wykazać się następującym doświadczeniem zawodowym, tj.: „co najmniej 2 (dwie) kampanie promocyjne usług i/lub produktów z wykorzystaniem mediów społecznościowych, artykułów sponsorowanych oraz bannerów na portalach internetowych, każda obejmująca druk i wysyłkę materiałów promocyjnych, a także zaprojektowanie, produkcję i wysyłkę gadżetów promocyjnych, o wartości 170 000 zł brutto każda”.

Ponadto w treści SWZ Zamawiający wyraźnie zaznaczył, że „jeżeli Wykonawca będzie powoływał się na usługę wykonywaną (w trakcie realizacji), to wartość już wykonanej części tej usługi na dzień składania ofert nie może być mniejsza niż wymagana wartość usługi, zgodnie z powyższym warunkiem, **tj. co najmniej 170 000 złotych brutto**”.



W związku z powyższym, Zamawiający wskazuje, że wartość każdej kampanii promocyjnej przedstawionej w celu potwierdzenia spełniania warunku udziału w postępowaniu musi wynosić **co najmniej 170 000 złotych brutto.**

Zatwierdził:

Dyrektor Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego PZH

– Państwowego Instytutu Badawczego

dr n. med. Bernard Waśko