

Warszawa, 28 sierpnia 2024 r.

DFA-SA.262.27.2024

Wszyscy zainteresowani

Narodowe Centrum Badań i Rozwoju (NCBR) – Zamawiający, prowadzący postępowanie, nr 26/24/TPZNK, o udzielenie zamówienia publicznego w trybie podstawowym z możliwością przeprowadzenia negocjacji, którego przedmiotem jest **Zakup usług marketingu on-line**, działając na podstawie art. 286 ust. 1 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (tj. Dz. U. 2023 r. poz. 1605 ze zm.), dalej: ustawa Pzp, informuje, że dokonuje zmiany treści Specyfikacji Warunków Zamówienia, dalej: SWZ.

1) W Rozdziale IX **OFERTA, PODMIOTOWE ŚRODKI DOWODOWE, PRZEDMIOTOWE ŚRODKI DOWODOWE ORAZ POZOSTAŁE DOKUMENTY LUB OŚWIADCZENIA WYMAGANE W POSTĘPOWANIU** ust. 2 pkt 10 SWZ, **jest:**

prezentację w formie elektronicznej, w formacie *pdf, podpisane kwalifikowanym podpisem elektronicznym lub podpisem zaufanym lub podpisem osobistym, zawierającej koncepcję kampanii reklamowej.

Zamawiający zmienia treść zapisu na:

dwie prezentacje w formie elektronicznej, w formacie *pdf, podpisane kwalifikowanym podpisem elektronicznym lub podpisem zaufanym lub podpisem osobistym, przedstawiające strategię i koncepcje kreatywne:

a) przykładowej miesięcznej kampanii zasięgowej w mediach społecznościowych oraz w Google Ads, której celem jest promocja konkursu „Nowe technologie w zakresie energii” i pozyskanie wejść na stronę <https://www.gov.pl/web/ncbr/nowe-technologie-w-zakresie-energii-iii-konkurs>.

Budżet kampanii: 20 000,00 zł (słownie: dwadzieścia tysięcy złotych 00/100).

b) przykładowej miesięcznej kampanii świadomościowej w mediach społecznościowych, której celem jest pozyskanie nowych obserwujących profilu KPK na Facebooku i X.

Budżet kampanii: 5 000,00 zł (słownie: pięć tysięcy złotych 00/100).

Prezentacje powinny zawierać wytyczne:

- strategię realizacji kampanii,
- propozycję grupy docelowej,
- koncepcję kreatywną, w tym graficzną,
- szacowane wskaźniki.

Prezentacje złożone do oceny oferty nie powinny stanowić tajemnicy przedsiębiorstwa.

2) W Rozdziale XIII. **KRYTERIA ORAZ SPOSÓB OCENY OFERT** ust 3 SWZ **jest:**

Oferta zostanie odrzucona w sytuacjach, o których mowa w art. 226 ust. 1 ustawy pzp oraz na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 5 ustawy, gdy:

- 1) Wykonawca nie załączy prezentacji w formie elektronicznej, w formacie *pdf, zawierającej koncepcję kampanii reklamowej;
- 2) załączona prezentacji w formie elektronicznej, w formacie *pdf nie będzie podpisana kwalifikowanym podpisem elektronicznym lub podpisem zaufanym lub podpisem osobistym;

Zamawiający zmienia treść zapisu na:

Oferta zostanie odrzucona w sytuacjach, o których mowa w art. 226 ust. 1 ustawy pzp oraz na podstawie art. 226 ust. 1 pkt 5 ustawy, gdy:

- 1) Wykonawca nie załączy dwóch prezentacji w formie elektronicznej, w formacie *pdf, przedstawiających strategię i koncepcje kreatywne;
- 2) załączone prezentacje w formie elektronicznej, w formacie *pdf nie będą podpisane kwalifikowanym podpisem elektronicznym lub podpisem zaufanym lub podpisem osobistym;
- 3) załączone prezentacje w formie elektronicznej, będą niekompletne tj. nie będą zawierały wymagań wskazanych w Rozdziale IX ust. 2 pkt 10 SWZ.

Zamawiający informuje, że na Platformie zakupowej jednocześnie publikuje SWZ uwzględniającą zmiany. Termin składania i otwarcia ofert pozostaje bez zmian.

Ewelina Dadasiewicz
Dyrektor
Działu Komunikacji i Marketingu
Narodowego Centrum Badań i Rozwoju
/podpisano elektronicznie/