

Warszawa, 25 maja 2020 r.

DAZ.262.19.2020

Wszyscy zainteresowani

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego (Nr 13/20/PN/P9) którego przedmiotem jest **przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej poświęconej inicjatywie NCBR pn. Wielkie Wyzwanie: Energia.**

Działając na podstawie art. 38 ust. 1 pkt 1 oraz art. 38 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz.U. 2019 poz. 1843 późn. zm., zwanej dalej: „ustawą Pzp”) Zamawiający udziela wyjaśnień dotyczących treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia (dalej: SIWZ).

Pytania z dnia 15.05.2020 r.:

W ogłoszeniu i specyfikacji mowa o tym, że zamówienie obejmie m.in.:

realizację działań, które powinny zawierać takie elementy jak:

- koncepcja i kreacja materiałów drukowanych oraz elektronicznych, m.in. ulotek, broszur, poradników, materiałów informacyjnych,*
- działania o charakterze public relations (np. zapewnienie komunikacji medialnej w poszczególnych etapach kampanii, organizacja konferencji prasowych, wysyłek kreatywnych, wywiadów),*
- przygotowywanie innych elementów kampanii (np. koncepcji działań w radiu, propozycja dodatkowych działań zaproponowanych w ramach koncepcji kreatywnej kampanii);*

Szczegółowe parametry:

Wykonawca w trakcie trwania Kampanii będzie musiał zrealizować niżej wymienione wskaźniki efektywności Kampanii o wartościach nie mniejszych niż:

- liczba pozyskanych od momentu rozpoczęcia kooperacji użytkowników strony internetowej WWE: 1000 (liczba wejść)*
- wskaźnik Return of Investment (dotyczy całej kampanii): 10*
- zasięg materiałów RTV: 30 000 000*

- liczba wyświetleń materiałowo online: 50 000 000 (w tym wygenerowanie min. 100 000 wyświetleń materiałów video przygotowanych w ramach Zamówienia w kampanii YouTube)
- liczba publiczności podczas wydarzenia finałowego: 5000 (z zastrzeżeniem o którym mowa w punkcie V.2 ppkt b)
- liczba przejść z social media na stronę WWE: 3000
- liczba osób, która polubiła fanpage Wielkie Wyzwanie: Energia na Facebooku: 1000 (dodatkowo Wykonawca w ramach tego wskaźnika zobowiązany jest do publikacji min. 3 postów tygodniowo o akcji (w tym 1 video) + min. 10 postów tygodniowo o tematyce Małej Energetyki Wiatrowej. Plan postów musi być przedstawiony do akceptacji Zamawiającego. Plan zostanie uwzględniony w strategii kampanii kreatywnej. Wykonawca będzie zobowiązany także do zapewnienia moderacji w godzinach 8-22 od poniedziałku do piątku oraz do zapewnienia własnego contentu (grafiki, materiały video).

1. **Prośba o informację, czy zamówienie obejmuje tylko koncepcję powyższych materiałów drukowanych czy również ich wydruki koszt wydruku powinien być wliczony w koszt zamówienia?**
2. **Czy zamówienie obejmuje organizację konferencji prasowych, czy tylko koncepcję? Czy Zamawiający zapewnia miejsce konferencji?**
3. **Czy wykonawca przygotowuje spoty radiowe – wycena powinna objąć ich przygotowanie i emisję?**
4. **Czy wykonawca zapewnia miejsce i pełną obsługę wydarzenia finałowego na 5000 osób?**

W referencjach mowa o wykazaniu:

co najmniej jedną usługę o wartości minimum 50 000,00 PLN brutto, polegającą na przeprowadzeniu kampanii PR o zasięgu ogólnopolskim (tj. wykorzystujące media ogólnokrajowe) w ramach, których środki finansowe były przeznaczone np. na przygotowanie materiałów prasowych i ich wysyłkę do mediów i ich follow up, media relations, spotkania one-to-one z dziennikarzami, organizację konferencji prasowych, realizację wysyłek kreatywnych, fee agencyjne za realizowane działania bezkosztowe, monitoring mediów itd., przy czym wartość kampanii nie może obejmować kosztów emisji materiałów w mediach (tj. kosztów zakupu powierzchni reklamowej, czasu antenowego), kosztów produkcji spotów reklamowych oraz kosztów produkcji i emisji audycji telewizyjnych lub radiowych) jedną kampanię z zakresu

5. Czy zaliczać się będzie do tego przygotowywanie artykułów i wideo online i TV, PR, sponsorowanych i natywnych?

6. Jaki dokument będzie wystarczającym potwierdzeniem takich umiejętności? Czy np. linki do artykułów oraz oświadczenie wykonawcy?

Odpowiedzi na pytania:

Odpowiedź na pytanie 1:

Zamawiający uprzejmie informuje, że Wykonawca w ramach złożonej oferty zobowiązany jest wliczyć również koszt wydruku takich materiałów wraz z dostawą w jedno miejsce w Polsce wskazane przez Zamawiającego oraz dystrybucją zgodnie z koncepcją Wykonawcy.

Odpowiedź na pytanie 2:

Zamawiający uprzejmie informuje, że Wykonawca w ramach złożonej oferty zobowiązany jest wliczyć wszelkie koszty kompleksowej organizacji przedsięwzięcia, w tym m.in. zapewnienia miejsca wydarzenia wraz z wyposażeniem oraz sprzętem technicznym (m.in. ekran LED, mikrofony, kostka dziennikarska itp.). Miasto, w którym odbędzie się konferencja zostanie wskazane Wykonawcy z odpowiednim wyprzedzeniem. Wykonawca przedstawi trzy propozycje miejsca, spośród których Zamawiający wybierze jedną. Konferencja prasowa powinna odbyć się w atrakcyjnym, nowoczesnym miejscu (z wyłączeniem obiektów hotelowych). Sala główna mieszcząca swobodnie 50 osób. Wykonawca zapewni obecność minimum 10 przedstawicieli mediów (przynajmniej 3 przedstawicieli mediów o zasięgu ogólnopolskim oraz przynajmniej 7 przedstawicieli mediów o zasięgu regionalnym), reprezentujących prasę, telewizję, radio i media internetowe na Wydarzeniu.

Odpowiedź na pytanie 3:

Zamawiający uprzejmie informuje, że Wykonawca zobowiązany jest także do przygotowania i emisji takich spotów.

Odpowiedź na pytanie 4:

Uprzejmie informuję, że Zamawiający zapewnia miejsce i pełną obsługę wydarzenia finałowego. Do zadań Wykonawcy należeć będzie obsługa biura prasowego wydarzenia oraz zapewnienie określonej w

SIWZ frekwencji. Przy organizacji biura prasowego, Wykonawca będzie zobowiązany współpracować z Zamawiającym oraz Organizatorem Wielkiego Finału.

Odpowiedź na pytanie 5:

Zamawiający uprzejmie informuje, że jak wskazano w wymaganiach: wartość kampanii nie może obejmować kosztów emisji materiałów w mediach (tj. kosztów zakupu powierzchni reklamowej, czasu antenowego), kosztów produkcji spotów reklamowych oraz kosztów produkcji i emisji audycji telewizyjnych lub radiowych) jedną kampanię z zakresu.

Odpowiedź na pytanie 6:

Zamawiający uprzejmie informuje, że w celu potwierdzenia warunku udziału o którym mowa w punkcie 5.2.1.1. SIWZ, Wykonawca którego oferta zostanie oceniona jako najkorzystniejsza, zobowiązany będzie do przedłożenia na wezwanie Zamawiającego wykazu usług wykonanych, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonywanych, w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert albo wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, 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. Do wykazu usług należy załączyć dowody określające czy te usługi zostały wykonane lub są wykonywane należyście, przy czym dowodami, o których mowa, są referencje bądź inne dokumenty wystawione przez podmiot, na rzecz którego dostawy lub usługi były wykonywane, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych są wykonywane, a jeżeli z uzasadnionej przyczyny o obiektywnym charakterze wykonawca nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów - oświadczenie wykonawcy; w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych nadal wykonywanych referencje bądź inne dokumenty potwierdzające ich należyte wykonywanie powinny być wydane nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert albo wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu. **Wobec powyższego Zamawiający informuje, że wskazanie linków do artykułów nie będzie potwierdzeniem należytego wykonania usługi, ponieważ potwierdzenie takie musi wynikać z treści**

dokumentu (np. referencji) wystawionego przez podmiot, na rzecz którego usługa była wykonywana.

Jednocześnie Zamawiający informuje, że Wykonawca oprócz przygotowania koncepcji jest zobligowany do realizacji całości działań w niej przewidzianych (np. projekty graficzne, produkcja i emisja spotów, organizacja i przeprowadzenie konferencji prasowej itp.) oraz osiągnięcia założonych przez Zamawiającego wskaźników.

Pytanie z dnia 18.05.2020 r.:

uprzejmie proszę o wyjaśnienia dotyczące zamieszczonych w SIWZ wskaźników, jakie w czasie trwania umowy osiągnąć ma Wykonawca:

- a) wskaźnik Return of Investment (dotyczy całej kampanii): 10 – w jaki sposób liczony będzie ten wskaźnik?*
- b) zasięg materiałów RTV: 30 000 000 – proszę o wyjaśnienie skrótu „RTV” oraz podanie informacji, w jaki sposób liczony jest zasięg w tym przypadku: czy jest to całkowity zasięg kampanii, czy suma zasięgów w poszczególnych kanałach komunikacji. Według danych z TGI za rok 2019 populacja odbiorców w Polsce w wieku 15 lat lub więcej liczy 30 063 920 osób, z czego 84,39% deklaruje korzystanie z Internetu.*

Odpowiedź na pytanie:

Zamawiający uprzejmie informuje, że wskaźnik Return of Investment będzie liczony na podstawie wskaźnika ekwiwalentu reklamowego dla wygenerowanych przekazów medialnych (opłaconych i organicznych) liczony w metodologii wybranego dostawcy usług monitoringu mediów (np. Instytut Monitorowania Mediów, Press Service Monitoring Mediów).

W przypadku materiałów RTV – skrót odnosi się do przekazów (organicznych i płatnych) wygenerowanych w radiu i telewizji. Zasięg liczony będzie jako suma zasięgów przekazów, liczony w metodologii wybranego dostawcy usług monitoringu mediów (np. Instytut Monitorowania Mediów, Press Service Monitoring Mediów).

Zamawiający informuje, iż w wyniku udzielenia powyższych wyjaśnień nie jest konieczny dodatkowy czas na wprowadzenie zmian w ofertach, wobec czego termin składania ofert pozostaje bez zmian.

Agnieszka Szmit
Dyrektor
Działu Komunikacji i Promocji