



Warszawa, 2025-03-21



UNP:GIP-25-74789

GIP-GNR-PM.4400.5.2024.44

Uczestnicy konsultacji rynkowych

Dotyczy: Zanonimizowana korespondencja z uczestnikami konsultacji rynkowych

I. Uczestnik konsultacji rynkowych nr 1

Pytanie 1: dotyczy kosztów i wskaźników realizacji kampanii radiowej „Bezpieczeństwo pracy zależy od Ciebie ”

Zwracam się z prośbą o przesłanie wyjaśnień dotyczących informacji podanych przez Państwa w przesłanym Zgłoszeniu przystąpienia do Konsultacji rynkowych na kreację i produkcję oraz emisję w radiu i telewizji spotów kampanii „Bezpieczeństwo pracy zależy od Ciebie”:

1. W Załączniku nr 4 (kapania radiowa) w tabeli w wierszu 1, dotyczącym produkcji dwóch 30-sekundowych spotów radiowych, nastąpiła nieścisłość związana z obliczeniem kosztów realizacji spotów (obliczenie kwoty bez podatku VAT lub kwoty łącznie z podatkiem VAT). W związku z tym proszę o aktualizację wyceny w tym zakresie.
2. W Załączniku nr 4 w tabeli w wierszu 2, dotyczącym emisji spotu radiowego adresowanego do pracowników, nastąpiła nieścisłość związana z obliczeniem kosztów emisji spotu (obliczenie kwoty bez podatku VAT lub kwoty łącznie z podatkiem VAT). W związku z tym proszę o aktualizację wyceny w tym zakresie.
3. Zgodnie z pkt. 3.5.1. Załącznika nr 3 (Opis przedmiotu zamówienia do zadania 2) oraz pkt. 4 w wierszu 2 tabeli Załącznika nr 4 - % GRP na emisję spotu dla pracowników powinien wynosić 65%. Natomiast w przesłanym zgłoszeniu % GRP zaproponowany na spot dla pracowników wynosi 62%. W związku z tym proszę

o aktualizację wyceny i wskaźników przy uwzględnieniu warunku dotyczącego % GRP.

4. Zgodnie z pkt. 4 w wierszu 3 tabeli Załącznika nr 4 - % GRP na emisję spotu dla pracodawców powinien wynosić 35%. Natomiast w przesłanym zgłoszeniu % GRP zaproponowany na spot dla pracodawców wynosi 38%. W związku z tym proszę o aktualizację wyceny i wskaźników przy uwzględnieniu warunku dotyczącego % GRP.

Proszę o przesłanie odpowiedzi w terminie do dnia 14 marca br. na adres dariusz.korczak@gip.pip.gov.pl.

Odpowiedź Uczestnika:

RE: Prośba o dodatkowe wyjaśnienia dotyczące zgłoszenia do konsultacji rynkowych - kampania radiowa

do kancelaria@gip.pip.gov.pl
DW "dariusz.korczak@gip.pip.gov.pl"

20.03.2025 14:32

Od [redacted]
Do "kancelaria@gip.pip.gov.pl" <kancelaria@gip.pip.gov.pl>
DW "dariusz.korczak@gip.pip.gov.pl" <dariusz.korczak@gip.pip.gov.pl>
Historia: Ta wiadomość została przesłana.

1 załącznik



Z4_BPZoC_2025_Konsult_Zgloszenie_Radio.docx

UWAGA: Ta wiadomość została wysłana spoza organizacji. Nie klikaj łączy oraz nie otwieraj załączników, chyba że nadawca i jego adres jest Ci znany i wiesz, że zawartość jest bezpieczna.

Dzień dobry,

W załączeniu przesyłam formularz uzupełniony/ poprawiony dla wskazanych przez Państwa punktów.

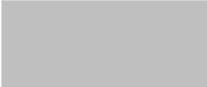
1. wiersz 1 - poprawiona wartość brutto
2. wiersz 2 poprawiona wartość brutto
3. pkt. 4 w wierszu 2 tabeli Załącznika nr 4 - poprawiony % udziału GRP
4. 4 w wierszu 3 tabeli Załącznika nr 4 - poprawiony % udziału GRP

Pozdrawiam



Zgłoszenie przystąpienia do Konsultacji rynkowych – zadanie 2

1. Nazwa i adres podmiotu (Uczestnika Konsultacji):



2. Dane kontaktowe: imię i nazwisko osoby do kontaktu:

nr telefonu:

adres e-mail:

3. Łączny budżet na realizację produkcji i emisji radiowej nie może przekroczyć 230 000,00 zł łącznie z podatkiem VAT. Produkcję spotów, wskaźniki emisji oraz wartość emisji spotu radiowego, zawierające wszystkie koszty związane z przygotowaniem, przeprowadzeniem i rozliczeniem przedmiotu zamówienia, wyceniam następująco:

Lp.	Planowane Działanie	Proponowane wskaźniki				Koszty realizacji			W przypadku zastrzeżenia informacji stanowiącej tajemnicę przedsiębiorstwa oraz informacji poufnych, które nie podlegają ujawnieniu, prosimy wpisać „Tak”
		GRP	Zasięg 1+	Zasięg 3+	Zasięg 5+	Koszt bez podatku VAT	Stawka podatku VAT	Koszt łącznie z podatkiem VAT	
1.	Produkcja dwóch 30-sekundowych spotów radiowych. Pierwszy spot adresowany do pracowników, drugi do pracodawców (zgodnie z założeniami wskazanymi w OPZ)					12 000zł	23%	14 760zł	

Lp.	Planowane Działanie	Proponowane wskaźniki ¹				Koszty realizacji			W przypadku zastrzeżenia informacji stanowiącej tajemnicę przedsiębiorstwa oraz informacji poufnych, które nie podlegają ujawnieniu, prosimy wpisać „Tak”
		GRP	Zasięg 1+	Zasięg 3+	Zasięg 5+	Koszt bez podatku VAT	Stawka podatku VAT	Koszt łącznie z podatkiem VAT	
2.	Emisja 30-sekundowego spotu radiowego adresowanego do pracowników w związku z realizacją kampanii „Bezpieczeństwo pracy zależy od Ciebie” przy następujących założeniach: 1. Emisja w co najmniej 1 stacji ogólnopolskiej zgodnie z założeniami przyjętymi w OPZ 2. Czas emisji: co najmniej 42 dni kalendarzowe w okresie wrzesień-listopad 2025 r. 3. Mediowa grupa docelowa: mężczyźni i kobiety w wieku 18-65, pracujący, wykształcenie średnie i niższe, robotnicy wykwalifikowani i niewykwalifikowani. 4. % GRP na spot dla pracowników: 65%	560	44,5%	30,1%	19,9%	155 000Zł	23%	190 650zł	
3.	Emisja 30-sekundowego spotu radiowego adresowanego do pracodawców w związku z realizacją kampanii „Bezpieczeństwo pracy zależy od Ciebie” przy następujących założeniach: 1. Emisja w co najmniej 1 stacji ogólnopolskiej zgodnie z założeniami przyjętymi w OPZ 2. Czas emisji: co najmniej 42 dni kalendarzowe w okresie wrzesień-listopad 2025 r. 3. Mediowa grupa docelowa: kadra zarządzająca (prezesi, właściciele, dyrektorzy). 4. % GRP na spot dla pracowników: 35%	300	42%	28%	18%	54 000zł	23%	66 420zł	

¹ Zamawiający oczekuje, że wskaźniki kampanii radiowej zostaną zaplanowane na podstawie danych z badania słuchalności stacji radiowych w okresie wrzesień – listopad 2024 (np. Radio Track fala wrzesień - listopad 2024 r.)

4. Dodatkowe informacje dotyczące kalkulacji kosztów i wskaźników kampanii

Uwagi	W przypadku zastrzeżenia informacji stanowiącej tajemnicę przedsiębiorstwa oraz informacji poufnych, które nie podlegają ujawnieniu, prosimy wpisać „Tak”
a) proponowana/e ogólnopolska/ie stacja/e radiowe/e zgodnie z złożeniami OPZ (proszę podać nazwę/y) - spot dla pracowników: RMF FM - spot dla pracodawców: RMF FM b) proponowana/e pozostała/e stacja/e radiowe/e (proszę podać nazwę/y) - spot dla pracowników: stacje wchodzące w skład pakietu RMF na MAXXa”: 1. RMF MAXX Bydgoszcz 2. RMF MAXX Częstochowa 3. RMF MAXX Dolny Śląsk 4. RMF MAXX Inowrocław 5. RMF MAXX Kielce 6. RMF MAXX Konin 7. RMF MAXX Kraków 8. RMF MAXX Krosno 9. RMF MAXX Lubuskie 10. RMF MAXX Mazowsze 11. RMF MAXX Nowy Sącz 12. RMF MAXX Olesnica 13. RMF MAXX Opole 14. RMF MAXX Pila 15. RMF MAXX Podlasie 16. RMF MAXX Pomorze 17. RMF MAXX Poznan 18. RMF MAXX Slask 19. RMF MAXX Szczecin 20. RMF MAXX Tomaszow Mazowiecki 21. RMF MAXX Trojmiasto 22. RMF MAXX Warszawa 23. RMF MAXX Wloclawek	

24. Gra Torun 25. Gra Wroclaw - spot dla pracodawców: stacje wchodzące w skład pakietu RMF na 3D”: RMF Classic (20 miast) RMF Classic Warszawa RMF MAXX Bydgoszcz RMF MAXX Częstochowa RMF MAXX Dolny Śląsk RMF MAXX Inowrocław RMF MAXX Kielce RMF MAXX Konin RMF MAXX Krakow RMF MAXX Krosno RMF MAXX Lubuskie RMF MAXX Mazowsze RMF MAXX Nowy Sacz RMF MAXX Olesnica RMF MAXX Opole	
---	--

RMF MAXX Pila RMF MAXX Podlasie RMF MAXX Pomorze RMF MAXX <u>Poznan</u> RMF MAXX <u>Slask</u> RMF MAXX Szczecin RMF MAXX <u>Tomaszow Mazowiecki</u> RMF MAXX <u>Troimiesto</u> RMF MAXX Warszawa RMF MAXX <u>Wlclawek</u> Gra <u>Torun</u> Gra <u>Wroclaw</u> 90 FM <u>Wodzislaw</u> Jura <u>Czestochowa</u> Alex Zakopane Impuls <u>Pulawy</u> c) inne uwagi dotyczące wskaźników kampanii, kalkulacji kosztów, grup <u>mediowych</u> , zapisów OPZ..... dokładne brzemienne grupy celowej zastosowanej do oszacowania kosztów i parametrów to:	
---	--

pracownicy: kobiety lub mężczyźni w wieku 18-65 lat, z wykształceniem średnim lub niższym, robotnicy wykwalifikowani lub pracownicy prac prostych pracodawcy: Dyrektorzy, wolne zawody, pracownicy umysłowi, właściciele firm	
---	--

5. Proponujemy następujące aspekty środowiskowe lub innowacyjne lub społeczne, jakie można uwzględnić przy realizacji proponowanego wariantu zamówienia (jeżeli dotyczy):

Aspekty	Proponycja uczestnika Konsultacji
Aspekt środowiskowy	
Aspekt innowacyjny	
Aspekt społeczny	

Pytanie 2: dotyczy grup docelowych w kampanii telewizyjnej i radiowej „Bezpieczeństwo pracy zależy od Ciebie”

W przesłanym przez Państwa Zgłoszeniu przystąpienia do Konsultacji rynkowych na kreację i produkcję oraz emisję w radiu i telewizji spotów kampanii „Bezpieczeństwo pracy zależy od Ciebie”, znalazły się informacje, które chcielibyśmy doprecyzować:

- 1) W Załączniku nr 2 (kampania telewizyjna) w pkt. 4c wskazują Państwo, że wskaźniki medialne i koszty emisji dla kampanii telewizyjnej zostały podane z wyłączeniem grupy robotników, gdyż w panelu Nielsen zmienna ta występuje jako łączny parametr „robotnicy i rolnicy”. W związku z tym, że grupą docelową naszego spotu telewizyjnego są w szczególności robotnicy wykwalifikowani i niewykwalifikowani, zależy nam, aby grupa ta nie była wyłączona z grupy mediowej. Ponadto wskazują Państwo, że przy planowaniu kampanii dla zmiennej wiek zastosowany został przedział 18-64, a nie 18-65 lat wskazany w OPZ. W związku z powyższym proszę o informację:
 - a) czy w oparciu o panel Nielsen możliwe jest zaplanowanie kampanii w przedziale wiekowym 18-65 lat, czy konieczna jest korekta zapisów OPZ na grupę 18-64.
 - b) jak zmieniają się wskaźniki (GRP, Zasięg 1+, Zasięg 3+ i Zasięg 5+) oraz koszty realizacji kampanii telewizyjnej (bez podatku VAT i z podatkiem VAT) przy założeniu, że kampania realizowana będzie na grupie mediowej: mężczyźni i kobiety, w wieku 18-65 (lub 18-64 jeśli grupa 18-65 nie jest możliwa do zaplanowania), pracujący, wykształcenie średnie i niższe, robotnicy i rolnicy.
- 2) W Załączniku nr 4 (kampania radiowa) w pkt 4c wskazują Państwo, że wskaźniki medialne i koszty emisji 30-sekundowego spotu radiowego adresowanego do pracodawców zostały podane dla grupy mediowej: dyrektorzy, wolne zawody, pracownicy umysłowi i właściciele firm, a więc szerszej niż wskazana w OPZ. Zgodnie z naszymi wstępnymi założeniami emisji adresatem tego spotu są przede wszystkim pracodawcy. W związku z tym proszę o informację:
 - a) czy w oparciu o dostępne dane przy planowaniu kampanii radiowych możliwa jest realizacja emisji na grupie mediowej: kadra zarządzająca (dyrektorzy, właściciele firm, prezesi) wskazanej w OPZ.
 - b) jak zmieniają się wskaźniki (GRP, Zasięg 1+, Zasięg 3+ i Zasięg 5+) oraz koszty realizacji kampanii radiowej (bez podatku VAT i z podatkiem VAT) dla emisji spotu adresowanego do pracodawców przy założeniu, że kampania realizowana będzie na grupie mediowej: kadra zarządzająca (dyrektorzy, właściciele firm, prezesi).
 - c) jaką grupę mediową rekomendują Państwo dla emisji spotu radiowego adresowanego do pracodawców, tak aby maksymalnie dopasować emisję do naszej grupy docelowej - pracodawcy.

Proszę o przesłanie odpowiedzi w terminie do dnia 17 marca br. na adres dariusz.korczak@gip.pip.gov.pl. W przypadku jeśli w Państwa odpowiedzi znajdują się informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa oraz informacje poufne, które nie podlegają ujawnieniu, proszę o ich wskazanie.

Odpowiedź Uczestnika:

RE: Prośba o dodatkowe wyjaśnienia dotyczące zgłoszenia do konsultacji rynkowych - grupy medialne w kampanii telewizyjnej i radiowa

do kancelaria@gip.pip.gov.pl

20.03.2025 14:56

DW "dariusz.korczak@gip.pip.gov.pl"

Od

Do

"kancelaria@gip.pip.gov.pl" <kancelaria@gip.pip.gov.pl>

DW

"dariusz.korczak@gip.pip.gov.pl" <dariusz.korczak@gip.pip.gov.pl>

Historia:

Ta wiadomość została przesłana.

UWAGA: Ta wiadomość została wysłana spoza organizacji. Nie klikaj łączy oraz nie otwieraj załączników, chyba że nadawca i jego adres jest Ci znany i wiesz, że zawartość jest bezpieczna.

Dzień dobry,

Narzędzia do planowania kampanii radiowych nie pozwalają na sugerowaną zmianę targetowania.

W narzędziu planerskim można stworzyć grupę: Dyrektorzy, wolne zawody, pracownicy umysłowi, właściciele firm to przetłumaczone z ang. w RT: Managers, Professionals; non-manual workers; owners of private companies. Nie ma możliwości usunięcia parametru „wolne zawody” bo to zawiera się w tych trzech zmiennych. Można to wybrać tylko jako jeden, łączny parametr.

Panel Nielsena nie pozwala na stworzenie grupy celowej 18-65. Konieczna jest korekta OPZ.

W związku z tym nie przesyłam zmienionych wskaźników dla tej grupy.

Pozdrawiam



Z poważaniem

Ewa Młynarczyk

Wicedyrektor Departamentu

Prewencji i Promocji

/-podpisano elektronicznie/