



Warszawa, 2025-03-19



UNP:GIP-25-72664

GIP-GNR-PM.4400.5.2024.42

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 (kampania 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:

Uczestnik nie udzielił odpowiedzi na pytania Zamawiającego.

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 (kapania 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 znajdą się informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa oraz informacje poufne, które nie podlegają ujawnieniu, proszę o ich wskazanie.

Odpowiedź Uczestnika:

Uczestnik nie udzielił odpowiedzi na pytania Zamawiającego.

II. Uczestnik konsultacji rynkowych nr 2

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”:

5. 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 50%. W związku z tym proszę aktualizację wyceny i wskaźników przy uwzględnieniu warunku dotyczącego % GRP.
6. 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 50%. W związku z tym proszę 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:

3 załączn.
  
pip v.1 pracownicy 65%.xlsx pip v.2 dyrektorzy 35%.xlsx z4_bpzoc_2025_konsult_zgloszenie_radio.pdf

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

Szanowny Panie Dariuszu,

W odpowiedzi na Państwa zapytanie dotyczące podziału GRP oraz wskaźników w kampanii „Bezpieczeństwo pracy zależy od Ciebie”, przesyłamy następujące wyjaśnienia:

1. Kampania jest adresowana do dwóch wykluczających się grup docelowych – pracowników i pracodawców – co wymaga indywidualnego planowania dla każdej grupy.
2. GRP każdej grupy docelowej obliczany jest osobno, jako iloczyn zasięgu oraz częstotliwości emisji spotu. Na przykład pracownicy mogą osiągnąć GRP na poziomie 300, a pracodawcy 200, co wcale nie oznacza, że całkowity GRP kampanii wynosi 500.
3. W związku z tym nie jest możliwe przyjęcie sztywnego podziału GRP na 65% dla pracowników i 35% dla pracodawców, o czym wspomniano w zamówieniu.

Prosimy zatem o doprecyzowanie podziału budżetu w przetargu, z uwzględnieniem poniższych parametrów dla każdej grupy docelowej:

- GRP,
- zasięg +1,
- procentowy podział budżetu.

Dodatkowo, przesyłamy dwa zaktualizowane media plany, które szczegółowo prezentują proponowane rozwiązania (65 % na 35 %)

Zaktualizowałem również załącznik nr.4 (zgłoszenie radiowe)

Pozostaje do Państwa dyspozycji w przypadku potrzeby dalszych wyjaśnień.

Z poważaniem



Załącznik 4

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)					800	23%	984,00	

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 <u>adresowanego do pracowników</u> 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%								TAK
3.	Emisja 30-sekundowego spotu radiowego <u>adresowanego do pracodawców</u> 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%								TAK

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: - spot dla pracodawców: b) proponowana/e pozostała/e stacja/e radiowe/e (proszę podać nazwę/y) - spot dla pracowników: - spot dla pracodawców: c) inne uwagi dotyczące wskaźników kampanii, kalkulacji kosztów, grup mediowych, zapisów OPZ..... koszt całego zlecenia wyniesie	TAK

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

Aspekty	Propozycja uczestnika Konsultacji
Aspekt środowiskowy	Zrównoważona produkcja spotów: Wykorzystanie sprzętu i technologii energooszczędnych podczas nagrywania, takich jak oświetlenie LED czy cyfrowe procesy obróbki dźwięku.

Aspekty	Propozycja uczestnika Konsultacji
	Minimalizacja zużycia papieru i innych materiałów fizycznych przez zastosowanie cyfrowych scenariuszy i dokumentacji. Redukcja emisji w transporcie: Zaplanowanie działań produkcyjnych i promocyjnych w sposób minimalizujący konieczność podróży, np. realizacja nagrań w lokalnych studiach lub zdalna współpraca z zespołem.
Aspekt innowacyjny	Personalizacja treści: Użycie technologii sztucznej inteligencji do opracowania różnych wersji spotów, dostosowanych do specyfiki wybranych grup zawodowych lub regionalnych. Technologia dźwięku przestrzennego: Zastosowanie efektów dźwiękowych 3D, które pomogą słuchaczom wczuć się w symulowane sytuacje związane z bezpieczeństwem pracy (np. dźwięki ostrzegawcze na produkcji, brzęk maszyn, odgłosy poprawnie przeprowadzonych procedur). Głos syntetyczny jako wsparcie lektora: Wykorzystanie syntetycznego głosu do szybkiego prototypowania spotów w fazie kreacji, co pozwala na testowanie różnych wersji komunikatów przed ostatecznym nagraniem z udziałem lektora.
Aspekt społeczny	Promocja dobrych praktyk: Ujęcie w spotach pozytywnych przykładów zachowań pracowników i pracodawców, które przyczyniają się do poprawy bezpieczeństwa w miejscu pracy. Zachęta do tworzenia lokalnych „ambasadorów bezpieczeństwa” – pracowników, którzy staną się wzorem do naśladowania dla innych. Angażowanie młodych pracowników:

Aspekty	Propozycja uczestnika Konsultacji
	Kierowanie części przekazu do młodszych osób rozpoczynających pracę w przemyśle, aby budować od początku ich świadomość o znaczeniu przestrzegania zasad BHP. Promowanie dialogu: Używanie przekazu zachęcającego do współpracy między pracownikami a pracodawcami w zakresie bezpieczeństwa, tworzenie klimatu wzajemnego zrozumienia i wspólnych działań.

Data 08.03.2025 r.

Podpis



Pytanie 2: dotyczy wskaźników GRP kampanii radiowej „Bezpieczeństwo pracy zależy od Ciebie”

W przesłanych przez Państwa w dniu 14 marca br. wyjaśnieniach dotyczących wskaźników kampanii radiowej w Załączniku nr 4, w pkt. 3 ppkt. 2 oraz w pkt. 3 ppkt. 3 wskazano wskaźniki GRP odpowiednio dla spotu radiowego adresowanego do pracowników oraz spotu adresowanego do pracodawców. Intencją Zamawiającego przy planowaniu kampanii radiowej jest taki podział GRP, aby 65% wszystkich GRP zaplanowane zostało na spot dla pracowników, a 35% GRP na spot dla pracodawców. W Państwa wyliczeniach proporcja ta wynosi 70/30 co utrudnia nam porównywanie wyliczeń uzyskanych od Uczestników konsultacji rynkowych.

W związku z tym, zwracam się z prośbą o korektę wyliczeń, abyśmy mogli uzyskać porównywalne dane. Pozwoli nam to na określenie minimalnych wskaźników, które zostaną wskazane w planowanym postępowaniu zamówień publicznych oraz oszacowanie wartości zamówienia przy porównywalnych parametrach.

Proszę o przesłanie odpowiedzi w terminie do dnia 18 marca br. na adres dariusz.korczak@gip.pip.gov.pl.

Odpowiedź uczestnika:

Od: [redacted]
Do: dariusz.korczak@gip.pip.gov.pl
Data: 17.03.2025 16:14
Temat: Radio ON konsultacje



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

Panie Dariuszu 65 % na 35 % ;)

W przypadku pytań pozostaje do dyspozycji

--

Z poważaniem



Załącznik 4

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 [redacted] adres e-mail: [redacted]

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)					1000,00	23%	1230,00	

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 <u>adresowanego do pracowników</u> 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%						23 %		TAK
3.	Emisja 30-sekundowego spotu radiowego <u>adresowanego do pracodawców</u> 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%						23%		TAK

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/e stacja/e radiowe/e zgodnie z złożeniami OPZ (proszę podać nazwę/y) - spot dla pracowników: - spot dla pracodawców: b) proponowana/e pozostała/e stacja/e radiowe/e (proszę podać nazwę/y) - spot dla pracowników: - spot dla pracodawców: c) inne uwagi dotyczące wskaźników kampanii, kalkulacji kosztów, grup mediowych, zapisów OPZ..... koszt całego zlecenia wyniesie zł brutto	TAK

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	Zrównoważona produkcja spotów: Wykorzystanie sprzętu i technologii energooszczędnych podczas nagrywania, takich jak oświetlenie LED czy cyfrowe procesy obróbki dźwięku.

Aspekty	Propozycja uczestnika Konsultacji
	Minimalizacja zużycia papieru i innych materiałów fizycznych przez zastosowanie cyfrowych scenariuszy i dokumentacji. Redukcja emisji w transporcie: Zaplanowanie działań produkcyjnych i promocyjnych w sposób minimalizujący konieczność podróży, np. realizacja nagrań w lokalnych studiach lub zdalna współpraca z zespołem.
Aspekt innowacyjny	Personalizacja treści: Użycie technologii sztucznej inteligencji do opracowania różnych wersji spotów, dostosowanych do specyfiki wybranych grup zawodowych lub regionalnych. Technologia dźwięku przestrzennego: Zastosowanie efektów dźwiękowych 3D, które pomogą słuchaczom wczuć się w symulowane sytuacje związane z bezpieczeństwem pracy (np. dźwięki ostrzegawcze na produkcji, brzęk maszyn, odgłosy poprawnie przeprowadzonych procedur). Głos syntetyczny jako wsparcie lektora: Wykorzystanie syntetycznego głosu do szybkiego prototypowania spotów w fazie kreacji, co pozwala na testowanie różnych wersji komunikatów przed ostatecznym nagraniem z udziałem lektora.
Aspekt społeczny	Promocja dobrych praktyk: Ujęcie w spotach pozytywnych przykładów zachowań pracowników i pracodawców, które przyczyniają się do poprawy bezpieczeństwa w miejscu pracy. Zachęta do tworzenia lokalnych „ambasadorów bezpieczeństwa” – pracowników, którzy staną się wzorem do naśladowania dla innych. Angażowanie młodych pracowników:

Aspekty	Propozycja uczestnika Konsultacji
	Kierowanie części przekazu do młodszych osób rozpoczynających pracę w przemyśle, aby budować od początku ich świadomość o znaczeniu przestrzegania zasad BHP. Promowanie dialogu: Używanie przekazu zachęcającego do współpracy między pracownikami a pracodawcami w zakresie bezpieczeństwa, tworzenie klimatu wzajemnego zrozumienia i wspólnych działań.

Data 08.03.2025 r.

Podpis



III. Uczestnik konsultacji rynkowych nr 3

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”:

7. 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 77%. W związku z tym proszę o aktualizację wyceny i wskaźników przy uwzględnieniu warunku dotyczącego % GRP.
8. 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 23%. 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:

Warszawa, dnia 13.03.2025 r.



Zamawiający:

Państwowa Inspekcja Pracy
Główny Inspektorat Pracy
ul. Barska 28/30,
02-315 Warszawa

Dotyczy: kosztów i wskaźników realizacji kampanii radiowej „Bezpieczeństwo pracy zależy od Ciebie”

ODPOWIEDŹ NA WEZWANIE

Szanowni Państwo,

w odpowiedzi na wezwanie z dnia 11.03.2025 r., odnośnie wyjaśnień dotyczących informacji podanych w zgłoszeniu przystąpienia do Konsultacji rynkowych na kreację i produkcję oraz emisję w radiu i telewizji spotów kampanii „Bezpieczeństwo pracy zależy od Ciebie”, przesyłamy w załączeniu poprawione zgłoszenie do konsultacji.

Jednocześnie pragniemy zauważyć, że nasze poprzednie wyliczenia były zgodne z zapisami OPZ punkt 3.5.1: „Dodatkowo Zamawiający wymaga, aby % udział GRP dla emisji spotu adresowanego do pracowników był nie niższy niż 65%”, co należy rozumieć jako określenie minimalnej wymaganej wartości udziału GRP. Oznacza to, że nie może być on niższy niż 65%, natomiast nie jest to równoznaczne z wymogiem dokładnie 65%.

W załączeniu przesyłamy ponownie przeliczone zgłoszenie z udziałem GRP dokładnie 65/35. Zaznaczamy jednak, że zgodnie z powyższym, jeśli intencją Zamawiającego jest osiągnięcie dokładnie 65% udziału GRP, zapis w OPZ wymaga doprecyzowania.

Dodatkowo zwracamy uwagę na rozbieżność pomiędzy OPZ a tabelą ofertową. Zgodnie z OPZ kampania ma trwać 35 dni z możliwością przedłużenia o maksymalnie 7 dni w celu osiągnięcia wskaźników, natomiast w tabeli zgłoszeniowej czas emisji jest określony jako „co najmniej 42 dni kalendarzowe”.

Z poważaniem



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)					24 390,24	5 610	30 000,00	

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 <u>adresowanego do pracowników</u> 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%	392	39,1%	27,8%	15,3%	70 646	23%	86 894,58	
3.	Emisja 30-sekundowego spotu radiowego <u>adresowanego do pracodawców</u> 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%	211	40,1%	22,8%	12,8%	84 180	23%	103 541,40	

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/e stacja/e radiowe/e zgodnie z złożeniami OPZ (proszę podać nazwę/y): - spot dla pracowników: Radio ZET, Radio RMF - spot dla pracodawców: Radio RMF b) proponowana/e pozostała/e stacja/e radiowe/e (proszę podać nazwę/y): - spot dla pracowników: Radio Plus (sieć stacji lokalnych) - spot dla pracodawców: c) inne uwagi dotyczące wskaźników kampanii, kalkulacji kosztów, grup mediowych, zapisów OPZ..... 	

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

Aspekty	Propozycja uczestnika Konsultacji
Aspekt środowiskowy	
Aspekt innowacyjny	

Aspekty	Propozycja uczestnika Konsultacji
Aspekt społeczny	

Data: 13.03.2025

Podpis

Z poważaniem,
 Artur Sobota
 Dyrektor Departamentu
 Prewencji i Promocji
 /-podpisano elektronicznie/