

Warszawa, dnia 5.08.2020 r.

**Wyjaśnienia SIWZ II**

Działając na podstawie art. 38 ust. 1, 1a i 2 ustawy Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2019 r. poz. 1843 i z 2020 r. poz. 288), Zamawiający odpowiada na pytania do SIWZ zadane przez wykonawców w postępowaniu o udzielenie zamówienia pn.: „Przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej poświęconej promocji PSR 2020”, numer sprawy: 42/ST/SPIS/PN/2020, ogłoszenie o zamówieniu numer 2020/S 144-354923 z dnia 28-07-2020 r.

**Pytanie 4:**

W nawiązaniu do dokumentów uzupełnionych w ramach postępowania dotyczącego przeprowadzenia kampanii informacyjno – promocyjnej poświęconej promocji PSR 2020, w załączniku nr 1 do OPZ – Wytyczne dotyczące liczby godzin przewidzianych na emisję, zwracam się z prośbą o wyjaśnienie co oznaczają wartości dotyczące TV i radia podane w tabeli, w kolumnach dotyczących poszczególnych etapów. Czy jest to liczba spotów, liczba GRP czy tak jak w nazwie pliku liczba godzin, którą należy przeliczyć na liczbę emisji spotów 30 sekundowych.

W związku z faktem, iż upłynęło już 4 dni od momentu publikacji dokumentów, a wciąż nie do końca jasne są wytyczne do wyceny emisji, zwracamy się również z prośbą o wydłużenie terminu składania ofert.

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Zamawiający informuje, iż:

1. Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 5 lutego 2020 r. w sprawie szczegółowych warunków i sposobu rozpowszechniania audycji popularyzujących powszechny spis rolny w 2020 r. - określa czas antenowy przeznaczony na promocję PSR w mediach publicznych - w godzinach emisji;
2. tabela w części dotyczącej emisji w mediach niepublicznych (telewizje i radia) - przedstawia liczbę emisji spotów reklamowych radiowych i telewizyjnych, a w części dotyczącej prasy – liczbę publikacji artykułów.

Zamawiający podtrzymuje termin składania ofert, który został określony do dnia 10 sierpnia 2020 r. godz. 10:00.

**Pytanie 5:**

W nawiązaniu do dokumentów uzupełnionych w ramach postępowania dotyczącego przeprowadzenia kampanii informacyjno – promocyjnej poświęconej promocji PSR 2020, w załączniku nr 1 do OPZ – „Wytyczne dotyczące liczby godzin przewidzianych na emisję”, zwracam się z pytaniem czy wycenie mają podlegać również działania w TVP i Polskim Radio wyszczególnione w Dzienniku Ustaw znajdującym się w załączniku nr 1 do OPZ?

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Wycenie powinny podlegać tylko działania związane z emisją w mediach niepublicznych, podanych w tabeli w załączniku nr 1 do OPZ.

**Pytanie 6:**

Proszę o podanie jaka jest szacunkowa wartość zamówienia.

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Szacunkowa wartość procedowana zamówienia wynosi: 3 295 233,03 zł netto (słownie: trzy miliony dwieście dziewięćdziesiąt pięć tysięcy dwieście trzydzieści trzy zł 03/100).

**Pytanie 7:**

Jaki jest planowany termin startu kampanii w mediach?

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Kampania w mediach powinna się rozpocząć najpóźniej do 11 dnia od podpisania umowy – z wykorzystaniem materiałów przekazanych przez Zamawiającego

Zgodnie z pkt 2.1.2.13 Opisu przedmiotu zamówienia:

- a. Zamawiający w terminie do 1 dnia roboczego od dnia zawarcia Umowy zorganizuje w siedzibie Głównego Urzędu Statystycznego w Warszawie, w porozumieniu z Wykonawcą, spotkanie w celu omówienia założeń do przygotowania i emisji spotów;
- b. Wykonawca w terminie do 3 dni roboczych od dnia spotkania dostarczy Zamawiającemu drogą elektroniczną, na adresy mailowe wskazane na spotkaniu:
  - a. plan emisji spotów telewizyjnych i radiowych wykonanych i przekazanych przez Zamawiającego przy założeniu, że pierwsze emisje rozpoczną się 11 dnia po podpisaniu umowy;
  - b. plan emisji spotów telewizyjnych i radiowych przekazanych przez Zamawiającego oraz zrealizowanych przez Wykonawcę w czasie trwania spisu rolnego;

**Pytanie 8:**

Czy w ramach realizacji zamówienia Zamawiający przekaze Wykonawcy gotowy, wyprodukowany materiał do emisji (Spot tv i radio)? Czy może w ramach 13 dniowego terminu Wykonawca musi sam zaproponować i wyprodukować materiały do TV i radio? I Ile ma być spotów?

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Zamawiający przekaze Wykonawcy gotowe spoty radiowe i telewizyjne do I etapu emisji, która ma się rozpocząć nie później niż do 11 dnia od podpisania umowy.

Ponadto w ciągu 13 dni Wykonawca ma zrealizować dwa spoty radiowe i telewizyjne, które w tym terminie ma zaakceptować Zamawiający – o ile Wykonawca zobowiąże się do tego zgodnie z zawartym w SIWZ kryterium nr 2 oceny ofert.

**Pytanie 9:**

Czy Wykonawca do opracowania 6 spotów TV i radiowych będzie wykorzystywał gotowe spoty telewizyjne i radiowe przekazane przez Zamawiającego.

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Nie, to mają być oryginalne spoty wyprodukowane przez Wykonawcę zgodnie z Księgą Identyfikacji Wizualnej stanowiącą załącznik nr 2 do Opisu przedmiotu zamówienia.

**Pytanie 10:**

Kiedy Zamawiający będzie wymagał od Wykonawcy przedstawienia 2 całościowych koncepcji spotów tv i radiowych?

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Zgodnie z Harmonogramem zawartym w OPZ pkt.2.1.1.21

- a) Zamawiający w terminie do 1 dnia roboczego od dnia zawarcia Umowy zorganizuje w siedzibie Głównego Urzędu Statystycznego w Warszawie (lub zdalnie), w porozumieniu z Wykonawcą, spotkanie w celu omówienia założeń do koncepcji spotów oraz spotu/filmu instruktażowego;
- b) Wykonawca w terminie do 5 dni roboczych od dnia spotkania dostarczy Zamawiającemu drogą elektroniczną, na adresy mailowe wskazane na spotkaniu, koncepcje i scenariusze spotów reklamowych i spotu/filmu instruktażowego oraz storyboardy z opisem

**Pytanie 11:**

Czy Wykonawca w terminie 13 dni od daty podpisania umowy ma: odbyć spotkanie briefujące, przygotować prezentację kreatywną, zaakceptować koncepty z Zamawiającym, wyprodukować i oddać pliki do emisji, oraz w tym terminie ma dokonać zakupu mediów.

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Zgodnie z Harmonogramem zawartym w OPZ pkt.2.1.1.21

- a) Zamawiający w terminie do 1 dnia roboczego od dnia zawarcia Umowy zorganizuje w siedzibie Głównego Urzędu Statystycznego w Warszawie (lub zdalnie), w porozumieniu z Wykonawcą, spotkanie w celu omówienia założeń do koncepcji spotów oraz spotu/filmu instruktażowego;

- b) Wykonawca w terminie do 5 dni roboczych od dnia spotkania dostarczy Zamawiającemu drogą elektroniczną, na adresy mailowe wskazane na spotkaniu, koncepty i scenariusze spotów reklamowych i spotu/filmu instruktażowego oraz storyboardy z opisem

Ponadto w ciągu 13 dni Wykonawca ma zrealizować dwa spoty radiowe i telewizyjne, które w tym terminie ma zaakceptować Zamawiający – o ile Wykonawca zobowiąże się do tego zgodnie z zawartym w SIWZ kryterium nr 2 oceny ofert.

Termin zakupu mediów został określony w OPZ pkt. 2.1.2.13 w Harmonogramie realizacji emisji spotów w telewizji i radiu.

Zamawiający w terminie do 1 dnia roboczego od dnia zawarcia Umowy zorganizuje w siedzibie Głównego Urzędu Statystycznego w Warszawie, w porozumieniu z Wykonawcą, spotkanie w celu omówienia założeń do przygotowania i emisji spotów;

Wykonawca w terminie do 3 dni roboczych od dnia spotkania dostarczy Zamawiającemu drogą elektroniczną, na adresy mailowe wskazane na spotkaniu:

- a. plan emisji spotów telewizyjnych i radiowych wykonanych i przekazanych przez Zamawiającego przy założeniu, że pierwsze emisje rozpoczną się 11 dnia po podpisaniu umowy;
- b. plan emisji spotów telewizyjnych i radiowych przekazanych przez Zamawiającego oraz zrealizowanych przez Wykonawcę w czasie trwania spisu rolnego;

**Pytanie 12:**

Czy w terminie 13 dni Wykonawca ma wyprodukować 2 spoty tv i radiowe? Czy 6 spotów?

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Wykonawca ma do zrealizowania 6 spotów radiowych i telewizyjnych w terminie 23 dni od dnia podpisania umowy. Natomiast jeśli Wykonawca zadeklaruje w ofercie realizację dwóch spotów radiowych i telewizyjnych w terminie do 13 dni od dnia podpisania umowy (spot nr 5 i 6), zgodnie z SIWZ otrzyma dodatkowe punkty w kryterium nr 2 oceny ofert.

**Pytanie 13:**

Czy materiały do druku POS (zawieszka i wkładka) będą dostarczane Zamawiającemu w jedno miejsce czy Zamawiający przekaże rozdzielnik do wysyłki?

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Zamawiający informuje, iż dostawy określone zostały w punkcie 2.3.2. Opisu przedmiotu zamówienia, natomiast rozdzielnik dostaw, w którym wskazane są dokładne lokalizacje stanowi Załącznik nr 3 do Opisu przedmiotu zamówienia. Rozdzielnik został dodany w ramach modyfikacji i wyjaśnień SIWZ w dniu 31.07.2020 r. i dostępny jest na stronie BIP Zamawiającego

**Pytanie 14:**

W punkcie 2.1.3 odnośnie zakupu powierzchni w prasie - jest informacją odnośnie materiałów drukowanych – artykułów sponsorowanych oraz artykułów reklamowych. Jaka jest różnica między tymi dwoma artykułami ?

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Artykuł reklamowy to reklama, artykuł sponsorowany ma charakter rozbudowanego tekstowego materiału informacyjnego.

**Pytanie 15:**

Czy Zamawiający ma na myśli artykuł sponsorowany i reklamę natywną?

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Materiały, które posiada Zamawiający, mają charakter artykułów sponsorowanych. Zamawiający nie wyklucza jednak użycia reklamy natywnej.

**Pytanie 16:**

Czy dobrze rozumiemy, że na start kampanii mamy gotowe materiały kreatywne, które będą podmienione na nowe będące przedmiotem niniejszego postępowania. I konsekwentnie – czy gotowe materiały od Zamawiającego są w tych samych formatach, co te opisane w SIWZ/OPZ (i tym samym umożliwiające podmianę w trakcie kampanii)

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Zamawiający przekazuje Wykonawcy część materiałów kreatywnych, tak aby była możliwa realizacja kampanii, częściowo materiały te są w tych samych formatach co materiały opisane w SIWZ/OPZ. Materiały przekazane przez Zamawiającego mają być uzupełnione materiałami przygotowanymi przez Wykonawcę w trakcie trwania kampanii i łącznie wykorzystywane w kampanii.

**Pytanie 17:**

Zgodnie z OPZ, na YouTube będzie emisja spotu 15". Czy dostarczy go Zamawiający?

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Tak, spot zostanie dostarczony przez Zamawiającego.

**Pytanie 18:**

Z pkt 2.2.3.1 wynika, że działania opisane w 2.2.3 będą w październiku i listopadzie, a jednocześnie 2.2.3.7 wskazuje podział budżetu pomiędzy trzy etapy. Jakie są terminy tych etapów?

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Okres prowadzenia kampanii w Internecie i mediach społecznościowych powinien obejmować 3 etapy. Terminy tych etapów będą odpowiadać okresowi realizacji kampanii podzielonemu przez 3 (np. jeżeli na realizację kampanii zostanie 45 dni, to okresy będą wynosić 15 dni; jeżeli natomiast 60 dni, to okresy będą miały po 20 dni).

**Pytanie 19:**

Zwracamy się z prośbą o przedłużenie terminu składania ofert ze względu na obszerność wycen co pozwoli złożyć korzystniejszą ofertę.

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Zamawiający nie wyraża zgody na przedłużenie terminu składania ofert. Termin składania ofert w przedmiotowym postępowaniu upływa w dniu 10 sierpnia 2020 r. o godz. 10:00.

Przewodniczący  
Komisji Przetargowej  
Bartosz Wielądek  
*Konsultant*  
w Wydziale zamówień Publicznych GUS