

NARODOWE CENTRUM
BADAŃ I ROZWOJU
ZATWIERDZAM
Zastępca Dyrektora
16.10.2013
Cz

Leszek GRABARCZYK

**DO WSZYSTKICH WYKONAWCÓW
ODPOWIEDŹ NA PYTANIA oraz MODYFIKACJA
SPECYFIKACJI ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA**

Dotyczy: postępowania prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego, którego przedmiotem jest „Opracowanie strategii budowania marki, promocji i komunikacji Narodowego Centrum Badań i Rozwoju na lata 2014-2015”, oznaczenie sprawy 33/13/PN

Działając na podstawie art. 38 ust. 2 i 4 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2013 r. poz. 907 z późn. zm.), Narodowe Centrum Badań i Rozwoju informuje, że w dniach 03 i 04.10.2013 r. wpłynęły pytania, dotyczące zapisów Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia w ww. postępowaniu i jednocześnie udziela wyjaśnień o następującej treści:

PYTANIE 1:

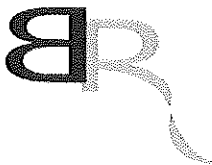
„Czy Zamawiający dopuszcza możliwość, by wykonawca, na potwierdzenie spełniania warunku posiadania wiedzy i doświadczenia wskazanego w pkt 5.2. b) SIWZ, wykazał się doświadczeniem w należyтым wykonywaniu co najmniej 2 długoterminowych projektów (opracowanie i realizacja strategii promocji firmy, bądź marki) z dziedziny nowoczesnych technologii, z których każdy jest w trakcie realizacji i dla każdego praca zaplanowana jest na okres minimum 2 lat (tj. łączny czas trwania prac już wykonanych i zaplanowanych do wykonania w przyszłości wynosi minimum 2 lata), a zakończona część (opracowanie i wdrożenie strategii promocji firmy, bądź marki, wraz z działaniami PR) miała wartość co najmniej 100 000,00 zł brutto, lecz trwała krócej niż 2 lata?„

ODPOWIEDŹ:

Zamawiający dopuszcza, by wykonawca wykazał się doświadczeniem w należyтым wykonywaniu co najmniej 2 długoterminowych projektów (opracowanie i realizacja strategii promocji firmy, bądź marki) z dziedziny nowoczesnych technologii, z których każdy jest w trakcie realizacji i dla każdego praca zaplanowana jest na okres minimum 2 lat (tj. łączny czas trwania prac już wykonanych i zaplanowanych do wykonania w przyszłości wynosi minimum 2 lata), a zakończona część (opracowanie i wdrożenie strategii promocji firmy, bądź marki, wraz z działaniami PR) miała wartość co najmniej 100 000,00 zł brutto, lecz trwała krócej niż 2 lata lecz nie krócej niż rok, jeżeli współpraca stanowi kontynuację działań związanych z wdrożeniem strategii promocji firmy.

PYTANIE 2:

„W pkt 16.4. Zamawiający określa sposób przyznawania punktów w kryterium „jakość”. Zamawiający wymaga od wykonawcy załączenia do oferty opracowania zawierającego syntetyczny opis koncepcji, metod i narzędzi zmierzających do wykonania przedmiotu zamówienia, które rozumiemy jako opracowanie zawierające syntetyczny opis koncepcji, metod i narzędzi zmierzających do opracowania



strategii budowania marki, promocji i komunikacji Narodowego Centrum Badań i Rozwoju na lata 2014-2015.

Natomiast w dalszej części SIWZ Zamawiający wskazuje, że logika i efektywność strategii będzie oceniana poprzez: zgodność prezentowanych koncepcji, metod i narzędzi z określonymi w SOPZ celami długofalowymi, misją oraz profilem działalności Narodowego Centrum Badań i Rozwoju; dobór narzędzi i kanałów komunikacji do grup docelowych i do założonych celów; zgodność narzędzi i kanałów komunikacji z wizerunkiem Zamawiającego jako instytucji publicznej – zapis ten z kolei sugeruje, że Zamawiający oczekuje od wykonawcy opracowania syntetycznego opisu koncepcji, metod i narzędzi zmierzających do wdrożenia strategii, a nie do opracowania strategii.

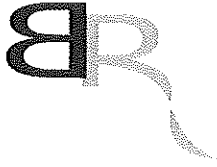
Potwierdzeniem powyższego jest również konstrukcja oceny punktowej w kryterium „jakość”, np. 1 - 20 pkt – mało adekwatny dobór narzędzi i kanałów komunikacji, np. wybór mediów związanych z branżami nieadekwatnymi do profilu działalności Zamawiającego – zapis ten sugeruje, że Zamawiający oczekuje od wykonawcy wskazania np. konkretnych mediów do promocji i komunikacji już na etapie przygotowywania oferty.

Uważamy, że bez przeprowadzenia dokładnych badań i analiz, będących przedmiotem zamówienia, nie jest możliwe wskazanie konkretnych mediów lub grup docelowych promocji, w związku z czym wnioskujemy o zmianę zapisów SIWZ w części precyzującej konstrukcję oceny punktowej w kryterium „jakość” tak, by pozwalała na ocenę przez Zamawiającego przygotowanych przez wykonawców na etapie złożenia oferty opracowań zawierających syntetyczny opis koncepcji, metod i narzędzi zmierzających do wykonania przedmiotu zamówienia, gdzie przez przedmiot zamówienia rozumiane jest opracowanie strategii budowania marki, promocji i komunikacji Narodowego Centrum Badań i Rozwoju na lata 2014-2015. W przypadku, gdy Zamawiający nie zdecyduje się na wnioskowaną zmianę zapisów SIWZ, prosimy o odpowiedź na pytanie: co będzie podlegało ocenie w kryterium „jakość” – opis koncepcji, metod i narzędzi zmierzających do opracowania strategii budowania marki, promocji i komunikacji Narodowego Centrum Badań i Rozwoju na lata 2014-2015 czy też opis koncepcji, metod i narzędzi zmierzających do wdrożenia strategii budowania marki, promocji i komunikacji Narodowego Centrum Badań i Rozwoju na lata 2014-2015?”

ODPOWIEDŹ:

Punkty za kryterium „jakość” zostaną przyznane przez każdego członka komisji przetargowej w skali punktowej do 70 pkt, na podstawie załączonych do oferty dokumentów (opracowanie zawierające syntetyczny opis koncepcji, metod i narzędzi zmierzających do wykonania przedmiotu zamówienia) oraz zobowiązania Wykonawcy do przeprowadzenia badań na reprezentatywnej próbie przedstawionych w ofercie, o których mowa w Szczegółowym opisie przedmiotu zamówienia, stanowiącym załącznik nr 1 do SIWZ.

Określenie „o którym mowa w Szczegółowym opisie przedmiotu zamówienia, stanowiącym załącznik nr 1 do SIWZ” odnosi się zarówno do opracowania zawierającego *syntetyczny opis koncepcji, metod i narzędzi (dalej: syntetyczny opis)*, jak i zobowiązania Wykonawcy do przeprowadzenia badań na reprezentatywnej próbie. Zakres zamówienia określony w SOPZ obejmuje trzy etapy w ramach, których mieści się przeprowadzenie badania i analizy wizerunkowej Zamawiającego, przygotowanie dokumentu strategii budowania marki, promocji i komunikacji Zamawiającego oraz przygotowanie operacyjnego planu rozwoju i promocji Zamawiającego wraz z budżetem i harmonogramem realizacji działań promocyjnych na lata 2014-2015.



Zadaniem wykonawcy jest zaproponowanie w *syntetycznym opisie* koncepcji, metod i narzędzi najlepiej wpisujących się w zakres zamówienia, które rozumieć należy szerzej, niż tylko jako opis koncepcji, metod i narzędzi zmierzających do opracowania strategii budowania marki, promocji i komunikacji.

W związku z powyższym w opinii Zamawiającego zasadne jest dokonanie oceny zaproponowanych w *syntetycznym opisie* koncepcji, metod i narzędzi zmierzających do wdrożenia strategii, a nie opracowania strategii, pod kątem ich zgodności z określonymi w SOPZ celami długofalowymi, misją oraz profilem działalności Narodowego Centrum Badań i Rozwoju, doborem do grup docelowych i do założonych celów oraz zgodności z wizerunkiem Zamawiającego jako instytucji publicznej.

Zamawiający nie przewiduje zmiany zapisów SIWZ, ocenie w kryterium „jakość” podlegać będzie opis koncepcji, metod i narzędzi zmierzających do wdrożenia strategii budowania marki, promocji i komunikacji Narodowego Centrum Badań i Rozwoju na lata 2014-2015.

PYTANIE 3

„Dotyczy: zapisów Załącznika nr 1, Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia, pkt. 5: Zakres zamówienia, Etap I – Badania i analizy wizerunkowe

Jakie materiały źródłowe Zamawiający udostępni Wykonawcy?„

ODPOWIEDŹ

Zamawiający nie widzi potrzeby udzielania tak szczegółowych wyjaśnień na etapie wyboru wykonawcy, którego zadaniem będzie *„Opracowanie strategii budowania marki, promocji i komunikacji Narodowego Centrum Badań i Rozwoju na lata 2014-2015”*. Materiały źródłowe przekazane zostaną wybranemu wykonawcy pod podpisaniu umowy.

PYTANIE 4

„Dotyczy: zapisów Załącznika nr 1, Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia, pkt. 5: Zakres zamówienia, Etap I – Badania i analizy wizerunkowe Czy Zamawiający udostępni Wykonawcy bazę dotychczasowych beneficjentów projektów NCBiR z danymi kontaktowymi na potrzeby badań i analiz?”

ODPOWIEDŹ

Zamawiający nie widzi potrzeby przekazywania danych kontaktowych dotychczasowych beneficjentów projektów NCBR na potrzeby realizacji przedmiotu zamówienia.

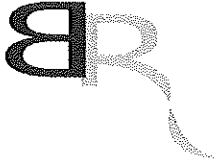
PYTANIE 5

„Dotyczy: zapisów Załącznika nr 1, Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia, pkt. 5: Zakres zamówienia, Etap I – Badania i analizy wizerunkowe

Pod jakim kątem/wg jakich kryteriów powinna być przeprowadzona analiza produktów NCBiR? Czego oczekuje Zamawiający po takiej analizie? (ad. Pkt.1).”

ODPOWIEDŹ

Dobór kryteriów i narzędzi niezbędnych do przeprowadzenia analizy produktów NCBR stanowi jedno z zadań wykonawcy przedmiotu zamówienia. Przeprowadzenie i zaakceptowanie przez Zamawiającego



realizacji Etapu I zamówienia – Badania i analizy wizerunkowe, analiza stanu obecnego, stanowi podstawę przystąpienia do realizacji Etapu II i Etapu III zamówienia.

PYTANIE 6

„Dotyczy: zapisów Załącznika nr 1, Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia, pkt. 5: Zakres zamówienia, Etap I – Badania i analizy wizerunkowe

Kategorie charakteryzujące próbę (wiek, płeć, wykształcenie, m-ce zamieszkania, status społeczny) wymagane przez Zamawiającego są cechami charakteryzującymi jednostki. Z profilu działalności NCBiR wynika jasno, że odbiorcami jego oferty są różnego rodzaju organizacje – gł. Instytucje naukowe i przedsiębiorstwa, do których nie stosuje się ww. charakterystyki. Prosimy o wyjaśnienie tego punktu. (ad. Tabela minimalnych wymogów próby, s.18 Lp.2).”

ODPOWIEDŹ

Odbiorcami oferty NCBR obok wymienionych instytucji naukowych i przedsiębiorstw są również jednostki np. pojedynczy przedsiębiorcy prowadzący mikroprzedsiębiorstwa czy naukowcy, jak chociażby laureaci programu LIDER. Wskazując kryteria doboru próby Zamawiający założył, iż wykonawca przeprowadzając badanie rozmawiał będzie z pojedynczymi przedstawicielami reprezentatywnej grupy badawczej, do której odnoszą się określone kryteria.

PYTANIE 7

„Dotyczy: zapisów Załącznika nr 1, Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia, pkt. 5: Zakres zamówienia, Etap I – Badania i analizy wizerunkowe

Czy określając obszar badawczy (województwa) Zamawiającemu chodzi o poziom absorpcji a/środków pozyskiwanych z NCBiR, czy b/ w ogóle środków zewnętrznych? Jeśli chodziłoby o rozwiązanie „a”, to czy Zamawiający udostępni Wykonawcy takie dane lub swoje bazy umożliwiające uzyskanie takich danych? (ad. Tabela minimalnych wymogów próby, s.18, LP.3).”

ODPOWIEDŹ

Określając obszar badawczy (województwa) Zamawiający miał na myśli poziom absorpcji środków zewnętrznych w ogóle.

PYTANIE 8

„Dotyczy: zapisów Załącznika nr 1, Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia, pkt. 5: Zakres zamówienia, Etap I – Badania i analizy wizerunkowe

Czy Zamawiający dopuszcza zastosowanie innych metod i technik badawczych, poza sugerowanym badaniem ankietowym?”

ODPOWIEDŹ

Zamawiający nie sugeruje wykonawcy doboru metod i technik badawczych, pozostawia to do decyzji wykonawcy.



PYTANIE 9

„Dotyczy: zapisów Załącznika nr 1, Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia, pkt. 5: Zakres zamówienia, Etap I – Badania i analizy wizerunkowe Jak Zamawiający rozumie reprezentatywność próby w przypadku tak złożonej grupy/grup docelowych i takiej złożoności problematyki badawczej? Czy mówiąc o reprezentatywności chodzi Zamawiającemu po prostu o objęcie badaniem wszystkich najważniejszych grup docelowych usługi NCBiR?”

ODPOWIEDŹ

Zamawiający nie sugeruje wykonawcy definicji reprezentatywności próby, pozostawia to do decyzji i doświadczeniu wykonawcy.

PYTANIE 10

„Dotyczy: zapisów Załącznika nr 1, Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia, pkt. 5: Zakres zamówienia, Etap III – Przygotowanie operacyjnego planu rozwoju i promocji Co dokładnie Zamawiający rozumie pod stwierdzeniem „opracowanie zawierające syntetyczny opis koncepcji”, na jakim poziomie szczegółowości powinna być praca załączona do oferty cenowej i poddana ocenie w niniejszym postępowaniu? (ad. s.12 SIWZ, opis kryteriów oceny; oraz s. 19 SIWZ stwierdzenie „Na etapie oferty oceniane będzie przedłożone przez Wykonawcę opracowanie zawierające syntetyczny opis koncepcji, metod i narzędzi zmierzających do wykonania zadania).”

ODPOWIEDŹ

Zamawiający nie określa poziomu szczegółowości opracowania zawierającego syntetyczny opis koncepcji, metod i narzędzi zmierzających do wykonania przedmiotu zamówienia, który rozumieć należy jako opis koncepcji, metod i narzędzi zmierzających do wdrożenia strategii.

Niniejsze wyjaśnienia i modyfikacje stanowią integralną część SIWZ.

Z uwagi na fakt, iż w wyniku powyższych wyjaśnień i modyfikacji konieczny jest dodatkowy czas na wprowadzenie zmian w ofertach, Zamawiający przesuwa termin składania i otwarcia ofert na dzień **16.10.2013 r.**, miejsce i godziny pozostają bez zmian.