

Warszawa, 24 października 2018 r.

DAG-SZP.262.47.2018

Potencjalni WYKONAWCY

ODPOWIEDZI NA PYTANIA DO TREŚCI SIWZ

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego (Nr 28/18/PN) pn. *Przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-edukacyjnej na temat działań realizowanych przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju, poprzez zakup powierzchni w prasie ogólnopolskiej, regionalnej oraz Internecie.*

Zamawiający, Narodowe Centrum Badań i Rozwoju, działając na podstawie art. 38 ust. 1 pkt 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. *Prawo zamówień publicznych* (Dz. U. z 2017 r. poz. 1579 z późn. zm.) uprzejmie informuje, że udziela następujących odpowiedzi na pytania dotyczące treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia (dalej SIWZ), które wpłynęły do Zamawiającego drogą elektroniczną w dniu 15.10.2018r. i 23.10.2018r.

Pytanie 1

Pyt. nr 1. Dot. Kryteria oceny ofert 16.1.1.1.3 podpunkt b)

Zamawiający wskazuje, iż oferty będą oceniane względem innej oferty w zakresie dopasowania do potencjalnych odbiorców i rodzaju materiału. Zamawiający nigdzie nie doprecyzował co rozumie pod pojęciami: „grupa odbiorców” oraz „rodzaj materiału”.

Wykonawca wskazuje, iż kryteria winny być znane i jednolite dla każdego potencjalnego Wykonawcy. Wg stanu faktycznego na chwilę obecną mimo iż Wykonawca jest profesjonalistą i długoletnim uczestnikiem rynku – nie ma możliwości jednoznacznego stwierdzenia co w tym kryterium Zamawiający będzie oceniał ani jakimi wskaźnikami będzie się kierował. Wobec powyższego Wykonawca wnosi o:

- zdefiniowanie pojęć: „grupa odbiorców” oraz „rodzaj materiału”*
- co powinien wykaz działań promocyjnych zawierać – tak aby zakres był porównywalny z informacji innych Ofert*
- wg jakich kryteriów Zamawiający będzie przyznawał punkty*

Odpowiedź

Zamawiający informuje, że podobnie jak w odniesieniu do działań Programu Inteligentny Rozwój i tym samym perspektywy finansowej 2016-2020, pod pojęciem grupy odbiorców rozumieć należy grono przedsiębiorców (mikro, małe i średnie, duże przedsiębiorstwa, konsorcja przedsiębiorstw, start-upy, spółki spin-off). I to do tej grupy powinny zostać odpowiednio dopasowane proponowane przez Wykonawcę działania promocyjne zwiększające dotarcie. Dla przykładu, działaniem promocyjnym podlegającym ocenie może być umieszczenie wpisu w mediach społecznościowych, w grupach zrzeszających przedsiębiorców, gdyż zwiększa to prawdopodobieństwo jego dotarcia do najbardziej zainteresowanych.

Zamawiający wyjaśnia, że pod pojęciem rodzaju materiału rozumieć należy odpowiednio dziennik, tygodnik, miesięcznik, portal internetowy.

Szczegóły dotyczące oceny ofert w kryterium Działania promocyjne zwiększające dotarcie opisane zostały w pkt 16.1.1.1.3 lit. b. Zamawiający dokonując oceny zaproponowanych działań każdorazowo zbada, czy są one dopasowane do grupy odbiorców jaką stanowią przedsiębiorcy i rodzaju materiału, do którego mają mieć zastosowanie. Dla przykładu, Zamawiający nie oceni pozytywnie propozycji reklamy zachęcającej do lektury artykułu opublikowanego w dzienniku, jeżeli reklama ta umieszczona zostanie w miesięczniku – działanie to uznane zostanie za niedopasowane do rodzaju materiału, przede wszystkim z uwagi na różny czas ich żywotności.

Pytanie 2

Pyt. Nr 2. Dot. Formularza ofertowego Cennik nr 5. Publikacja reklamy/informacji zachęcającej do przeczytania wybranych 10 Materiałów

Wykonawca wnosi o udzielenie odpowiedzi czy wybór tytułu danej publikacji reklamy / informacji należy do czynności Wykonawcy czy Zamawiającego oraz jeśli cennik nr 5 pozostaje bez zmian prosimy o doprecyzowanie podstawy wyceny każdej pozycji.

Odpowiedź

Zamawiający oczekuje wskazania uśrednionych cen jednostkowych w przypadku publikacji reklamy/informacji zachęcającej do przeczytania w dzienniku, tygodniku, miesięczniku lub portalu internetowym bez wskazywania na chwilę obecną konkretnych tytułów. Potrzeba skorzystania z tego rodzaju reklamy rozpoznana zostanie na etapie realizacji zamówienia i wynikać będzie z bieżących potrzeb Zamawiającego oraz charakteru prezentowanych treści. Zamawiający każdorazowo wskaże tytuł, w którym poza publikacją Materiału będzie chciał skorzystać z możliwości dodatkowej reklamy.

Pytanie 3

Pytanie Nr 3. Dot części I d) opis przedmiotu zamówienia

Zamawiający pisze, że do zadań wykonawcy będzie należeć publikacja w tytułach i na stronach mediów drukowanych wskazanych każdorazowo przez Zamawiającego zgodnie z Tabelą nr 1

Czy oznacza to, że Wykonawca ma każdorazowo, artykuł który będzie drukowany w prasie, opublikować również na stronie danego tytułu?

Odpowiedź

Zamawiający informuje, że w Tabeli nr 1 dla każdego z Materiałów wskazana została liczba przewidywanych publikacji oraz numery stron gazet drukowanych, na których planowana jest publikacja. W związku z powyższym każdorazowo, z odpowiednim wyprzedzeniem, Zamawiający wskaże w którym Materiale (tytule) planowana jest publikacja i na której stronie, dla przykładu: w odniesieniu do dzienników może to Dziennik Gazeta Prawna strona 3 lub strony w pomiędzy 5-7, w tygodnikach lub miesięcznikach odpowiednio Tygodnik Powszechny lub Forbes i przedziały stron 5-10, 11-20 lub 21-40.

Pytanie 4

Pytanie Nr 1. Dot. części I SOPZ

Wśród pożądaných mediów mieszczą się (...) Wszystko co najważniejsze (tygodnik).

Poprosiłabym o doprecyzowanie o jaki tygodnik chodzi? Z wiedzy Wykonawcy wynika, że na rynku nie ukazuje się żaden tygodnik o nazwie Wszystko co najważniejsze.

Odpowiedź

Zamawiający informuje, że tytuł pod nazwą „Wszystko co Najważniejsze”, ukazuje się w cyklu miesięcznym od września 2017 roku. Wydawcą jest Instytut Nowych Mediów. Tytuł wpisany jest do rejestru tytułów prasowych pod pozycją PR 19 011 i zarejestrowany przez Sąd Okręgowy w Warszawie. Zamawiający potwierdza, że tytuł został błędnie wpisany do zestawienia tygodników, SIWZ w tym zakresie została odpowiednio zmodyfikowana.

Pytanie 5

Pyt. nr 1.

Otrzymałam informacje od redakcji Tygodnika Powszechnego, że nie ma możliwości wyceny reklamy na stronach 5-10, gdyż na tych stronach nie zamieszczają reklam.

Poprosiłabym doprecyzowanie na jakich stronach wycenić reklamę tak, żeby móc prawidłowo wycenić reklamę.

Odpowiedź

Zamawiający informuje, że potwierdził u Wydawcy „Tygodnika Powszechnego” możliwość publikacji Materiału na stronach 5-10.

Zamawiający informuje, że w wyniku powyższych wyjaśnień nie jest konieczny dodatkowy czas na wprowadzenie zmian w ofertach, termin i miejsce składania ofert pozostają bez zmian.

Dodatkowo Zamawiający informuje, że na stronie internetowej BIP zamieszczono szczegółowy opis przedmiotu zamówienia wraz ze zmianami oraz aktualny formularz oferty.

Zatwierdzam

Agnieszka Szmit

Dyrektor Działu Komunikacji i Promocji NCBR

Potwierdzam zgodność kopii z dokumentem elektronicznym:

Identyfikator dokumentu	64923.157537.109910
Nazwa dokumentu	28.18.PN odpowiedzi na pyt_KZ_mm.pdf
Tytuł dokumentu	28.18.PN odpowiedzi na pyt_KZ_mm.docx
Sygnatura dokumentu	DAG-SZP.262.47.2018
Data dokumentu	2018-10-24 15:36:31
Skrót dokumentu	34286DF52F9532CBCBEB4E52B2BB68001429 7A25
Wersja dokumentu	1.2
Data podpisu	2018-10-24 15:36:12
Podpisane przez	Agnieszka Szmit dyrektor działu
	EZD 3.71.456.456.12387
Data wydruku:	2018-10-24 15:49:32
Autor wydruku:	Golińska Olga Główny specjalista