

Warszawa, 29 maja 2020 r.

DAZ.262.19.2020

Wszyscy zainteresowani

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego (Nr 13/20/PN/P9) którego przedmiotem jest **przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej poświęconej inicjatywie NCBR pn. Wielkie Wyzwanie: Energia.**

Działając na podstawie art. 38 ust. 1 pkt 1 oraz art. 38 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz.U. 2019 poz. 1843 późn. zm., zwanej dalej: „ustawą Pzp”) Zamawiający udziela wyjaśnień dotyczących treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia (dalej: SIWZ).

Pytanie 1:

Na stronie 2 Ogłoszenia o Zamówieniu oraz w SIWZ znajduje się krótki opis o następującej treści: „Przedmiot będzie realizowany w ramach projektu pozakonkursowego pn. Podniesienie poziomu innowacyjności gospodarki poprzez wdrożenie nowego modelu finansowania przełomowych projektów badawczych (projekt realizowany z poddziałania 4.1.3 programu operacyjnego Inteligentny rozwój). Więcej informacji nt. Wielkiego wyzwania pod poniższym linkiem: (<https://wielkiewyzwanie.ncbr.gov.pl/>) Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia (SOPZ) znajduje się w załączniku nr 1 do SIWZ i stanowi jej integralną część.” Czy w ramach projektu pozakonkursowego pn. Podniesienie poziomu innowacyjności gospodarki poprzez wdrożenie nowego modelu finansowania przełomowych projektów badawczych planowane są inne działania promocyjne poza przedmiotową kampanią? Czy któreś z elementów projektu pozakonkursowego powinny zostać uwzględnione w kampanii?

Odpowiedź na pytanie:

Zamawiający uprzejmie informuje, że zapis odnosi się do źródła finansowania Wielkiego Wyzwania: Energia z Funduszy Europejskich. Zadaniem Wykonawcy będzie promocja jedynie inicjatywy Wielkie Wyzwanie: Energia. Działania promocyjne dotyczące innych projektów pozakonkursowych Zamawiający realizuje we własnym zakresie. W kampanii powinna znaleźć się informacja o źródle

finansowania WWE z Funduszy Europejskich – Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój (poprzez np. zamieszczenie w materiałach graficznych belki logotypów UE, informacji słownej w przekazach, informacji pisemnej w komunikatach prasowych).

Pytanie 2:

Jak należy rozumieć wartość wskaźnika Return of Investment w odniesieniu do kampanii? Prosimy o sprecyzowanie sposobu liczenia wskaźnika – wzoru, według którego będzie obliczany.

Odpowiedź na pytanie:

Zamawiający uprzejmie informuje, że wskaźnik Return of Investment będzie liczony na podstawie wskaźnika ekwiwalentu reklamowego (AVE) dla wygenerowanych przekazów medialnych (opłaconych i organicznych) liczony w metodologii wybranego dostawcy usług monitoringu mediów (np. Instytut Monitorowania Mediów, Press Service Monitoring Mediów).

Suma AVE powinna być równa lub większa od wartości całej kampanii pomnożonej razy 10.

Pytanie 3:

Zwracam się z prośbą i wnioskiem o przesunięcie terminu składania ofert w przetargu 13/20/PN/P9 - Przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej poświęconej inicjatywie NCBR pn. Wielkie Wyzwanie: Energia do 23 czerwca. Prośbę naszą argumentuję obecną sytuacją związaną z wprowadzonym stanem epidemicznym i wprowadzonymi ograniczeniami w tym zdalną pracą naszej agencji, która wydłuża niestety czas pracy nad przygotowaniem naszej oferty przetargowej.

Odpowiedź na pytanie:

Zamawiający uprzejmie informuje, że nie wyraża zgody na przedłużenie terminu składania i otwarcia ofert.

Zamawiający dodatkowo informuje, że na stronie internetowej BIP

<https://bip.ncbr.gov.pl/zamowienia-publiczne/> przy niniejszym postępowaniu zamieszcza:

1. logo WWE oraz link do logo NCBR i logotypów funduszy europejskich (PO IR, barwy RP oraz UE);
2. SIWZ z właściwymi logotypami UE.

Zamawiający informuje, iż w wyniku udzielenia powyższych wyjaśnień nie jest konieczny dodatkowy czas na wprowadzenie zmian w ofertach, wobec czego termin składania ofert pozostaje bez zmian.

Anna Grabowska
Zastępca Dyrektora
Działu Komunikacji i Promocji