

Niniejsze ogłoszenie w witrynie TED: <https://ted.europa.eu/udl?uri=TED:NOTICE:324560-2020:TEXT:PL:HTML>

**Polska-Warszawa: Usługi prowadzenia kampanii reklamowych
2020/S 132-324560**

Sprostowanie

Ogłoszenie zmian lub dodatkowych informacji

Usługi

(Suplement do Dziennika Urzędowego Unii Europejskiej, 2020/S 093-222352)

Podstawa prawna:

Dyrektywa 2014/24/UE

Sekcja I: Instytucja zamawiająca/podmiot zamawiający

I.1) Nazwa i adresy

Oficjalna nazwa: Narodowe Centrum Badań i Rozwoju

Adres pocztowy: Nowogrodzka 47a

Miejscowość: Warszawa

Kod NUTS: PL911 Miasto Warszawa

Kod pocztowy: 00-695

Państwo: Polska

Osoba do kontaktów: Dział Administracji i Zakupów

E-mail: przetargi@ncbr.gov.pl

Adresy internetowe:

Główny adres: <http://www.ncbr.gov.pl>

Sekcja II: Przedmiot

II.1) Wielkość lub zakres zamówienia

II.1.1) Nazwa:

Przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej poświęconej dwóm inicjatywom NCBR: przedsięwzięcie pn. „Wielkie wyzwanie: energia” oraz osiem nowych przedsięwzięć, wpisującym się w ideę Zielonego Ładu Unii Europejskiej; nr 13/20/PN/P9

Numer referencyjny: 13/20/PN/P9

II.1.2) Główny kod CPV

79341400 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

II.1.3) Rodzaj zamówienia

Usługi

II.1.4) Krótki opis:

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej poświęconej dwóm inicjatywom NCBR (dalej jako „dwie inicjatywy”):

a) przedsięwzięcie pn. „Wielkie wyzwanie: energia” (dalej jako „przedsięwzięcie WWE”);

b) osiem nowych przedsięwzięć, wpisujących się w ideę Zielonego Ładu Unii Europejskiej, tj.: „Innowacyjna biogazownia”, „Oczyszczalnia przyszłości”, „Elektrociepłownia przyszłości”, „Technologie domowej retencji”,

„Budownictwo efektywne energetycznie i procesowo”, „Magazynowanie energii elektrycznej”, „Magazynowanie ciepła i chłodu” oraz „Wentylacja dla szkół i domów” (dalej jako „osiem przedsięwzięć”).

W zakresie przedsięwzięcia WWE 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), a w zakresie ośmiu przedsięwzięć w ramach projektu pozakonkursowego pn. „Podniesienie poziomu innowacyjności gospodarki poprzez realizację przedsięwzięć badawczych w trybie innowacyjnych zamówień publicznych w celu wsparcia realizacji strategii Europejskiego Zielonego Ładu, który jest realizowany w ramach poddziałania 4.1.3 Innowacyjne metody zarządzania badaniami programu operacyjnego Inteligentny rozwój, współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

Więcej informacji nt. „Wielkiego wyzwania: energia” można uzyskać 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.

Sekcja VI: Informacje uzupełniające

VI.5) Data wysłania niniejszego ogłoszenia:

06/07/2020

VI.6) Numer pierwotnego ogłoszenia

Numer ogłoszenia w Dz.Urz. UE – OJ/S: 2020/S 093-222352

Sekcja VII: Zmiany

VII.1) Informacje do zmiany lub dodania

VII.1.2) Tekst, który należy poprawić w pierwotnym ogłoszeniu

Numer sekcji: II.1.1

Miejsce, w którym znajduje się tekst do modyfikacji: Nazwa

Zamiast:

Przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej poświęconej inicjatywie NCBR pn. Wielkie wyzwanie: energia. Nr 13/20/PN/P9.

Powinno być:

Przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej poświęconej dwóm inicjatywom NCBR: przedsięwzięcie pn. „Wielkie wyzwanie: energia” oraz osiem nowych przedsięwzięć, wpisującym się w ideę Zielonego Ładu Unii Europejskiej; nr 13/20/PN/P9

Numer sekcji: II.1.4

Miejsce, w którym znajduje się tekst do modyfikacji: Krótki opis

Zamiast:

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej poświęconej inicjatywie NCBR pn. Wielkie wyzwanie: energia. 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.

Powinno być:

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej poświęconej dwóm inicjatywom NCBR (dalej jako „dwie inicjatywy”):

a) przedsięwzięcie pn. „Wielkie wyzwanie: energia” (dalej jako „przedsięwzięcie WWE”);

b) osiem nowych przedsięwzięć, wpisujących się w ideę Zielonego Ładu Unii Europejskiej, tj.: „Innowacyjna biogazownia”, „Oczyszczalnia przyszłości”, „Elektrociepłownia przyszłości”, „Technologie domowej retencji”, „Budownictwo efektywne energetycznie i procesowo”, „Magazynowanie energii elektrycznej”, „Magazynowanie ciepła i chłodu” oraz „Wentylacja dla szkół i domów” (dalej jako „osiem przedsięwzięć”).

W zakresie przedsięwzięcia WWE 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), a w zakresie ośmiu przedsięwzięć w ramach projektu pozakonkursowego pn. „Podniesienie poziomu innowacyjności gospodarki poprzez realizację przedsięwzięć badawczych w trybie innowacyjnych zamówień publicznych w celu wsparcia realizacji strategii Europejskiego Zielonego Ładu, który jest realizowany w ramach poddziałania 4.1.3 Innowacyjne metody zarządzania badaniami programu operacyjnego Inteligentny rozwój, współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

Więcej informacji nt. „Wielkiego wyzwania: energia” można uzyskać 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.

Numer sekcji: II.2.4

Miejsce, w którym znajduje się tekst do modyfikacji: Opis zamówienia

Zamiast:

Do zadań Wykonawcy będzie należało:

1. przygotowanie koncepcji kreatywnej kampanii (przygotowanie ostatecznej wersji koncepcji kreatywnej kampanii na podstawie złożonego do oferty „projektu koncepcji kampanii”):
 - analiza grupy celowej, jej potrzeb i korzyści oraz konsumpcja mediów,
 - Big idea – precyzyjnie sformułowany, czytelny koncept, który powinien w sposób jednoznaczny wynikać z każdego z komunikatów,
 - najważniejsze komunikaty kampanii na szczeblu ogólnym,
 - uzasadnienie wyboru poszczególnych działań oraz ich dopasowanie do grup celowych,
 - harmonogram realizacji kampanii – określający m.in. daty rozpoczęcia i zakończenia danego działania, liczbę emisji itp. – przedstawionego w formie tabeli z podziałem na miesiące,
 - opracowanie szczegółowego planu emisji reklam w Internecie, mediach społecznościowych oraz w innych mediach w zależności od zaproponowanych działań,
 - szczegółowego kosztorysu,
 - opis planu osiągnięcia założonych w kampanii wskaźników,
 - ogólny opis koncepcji kreatywnej całej kampanii oraz wizualizacja motywu przewodniego,
 - wykaz działań z przypisaniem do nich narzędzi do ich realizacji (osiągnięcie założonych w celach kampanii wskaźników),
 - realizacja ww. działań wg założeń harmonogramu i kosztorysu,
 - raportowanie;
2. realizacja działań, które powinny zawierać takie elementy jak:
 - współpraca z ambasadorami / liderami opinii / influencerami,
 - działania w internecie (realizacja i emisja np. spotów, filmów animowanych, grafik, social media, kampanie mailingowe),
 - koncepcja i kreacja materiałów drukowanych oraz elektronicznych, m.in. ulotek, broszur, poradników, materiałów informacyjnych,
 - działania o charakterze public relations (np. zapewnienie komunikacji medialnej w poszczególnych etapach kampanii, organizacja konferencji prasowych, wysyłek kreatywnych, wywiadów),
 - przygotowywanie innych elementów kampanii (np. koncepcji działań w radiu, propozycja dodatkowych działań zaproponowanych w ramach koncepcji kreatywnej kampanii);
3. Wykonawca w trakcie trwania kampanii będzie musiał zrealizować wskaźniki efektywności kampanii – szczegółowo opisano je w SOPZ.

Kampania będzie realizowana od dnia podpisania umowy i nie będzie trwała dłużej niż do dnia 30 listopada 2020 r. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany terminu zakończenia kampanii bez ponoszenia dodatkowych kosztów.

Powinno być:

Do zadań Wykonawcy będzie należało:

1. przygotowanie koncepcji kreatywnej kampanii (przygotowanie ostatecznej wersji koncepcji kreatywnej kampanii na podstawie złożonego do oferty „Projektu koncepcji kampanii”) w podziale na dwie inicjatywy (WWE oraz osiem przedsięwzięć), o których mowa w pkt I:
 - analiza grupy celowej, jej potrzeb i korzyści oraz konsumpcja mediów,
 - Big Idea – precyzyjnie sformułowany, czytelny koncept, który powinien w sposób jednoznaczny wynikać z każdego z komunikatów,
 - najważniejsze komunikaty kampanii na szczeblu ogólnym,
 - uzasadnienie wyboru poszczególnych działań oraz ich dopasowanie do grup celowych,
 - harmonogram realizacji kampanii – określający m.in. daty rozpoczęcia i zakończenia danego działania, liczbę emisji itp. – przedstawionego w formie tabeli z podziałem na miesiące i Dwie Inicjatywy,
 - opracowanie szczegółowego planu emisji reklam w Internecie, mediach społecznościowych oraz w innych mediach w zależności od zaproponowanych działań,
 - szczegółowego kosztorysu,
 - opis planu osiągnięcia założonych w kampanii wskaźników,
 - ogólny opis koncepcji kreatywnej całej kampanii oraz wizualizacja motywu przewodniego,
 - wykaz działań z przypisaniem do nich narzędzi do ich realizacji (osiągnięcie założonych w celach kampanii wskaźników),
 - realizacja ww. działań wg założeń harmonogramu i kosztorysu,
 - raportowanie.

2. Realizacja działań obejmujących m.in.:

- współpracę z ambasadorami / liderami opinii / influencerami,
 - działania w Internecie (realizacja i emisja np. spotów, grafiki, social media, kampanie mailingowe),
 - koncepcja i kreacja materiałów drukowanych oraz elektronicznych, m.in. ulotek, broszur, poradników, materiałów informacyjnych,
 - działania o charakterze public relations (np. zapewnienie komunikacji medialnej w poszczególnych etapach kampanii, organizacja konferencji prasowych, wysyłek kreatywnych i wywiadów),
 - przygotowywanie innych elementów kampanii (np. koncepcji działań w radiu, w tym produkcja i emisja spotów, propozycja dodatkowych działań zaproponowanych w ramach koncepcji kreatywnej kampanii).
- Obowiązkowym elementem kampanii jest realizacja i emisja materiałów video na temat Ośmiu Przedsięwzięć w oparciu o materiały merytoryczne dostarczone przez Zamawiającego. Każdy z 8 filmów powinien trwać nie krócej niż 5 minut.

Zamawiający zastrzega sobie możliwość, po uzgodnieniu z Wykonawcą, emisji gotowych materiałów informacyjno-promocyjnych w ramach działań przewidzianych w harmonogramie.

Do zadań Wykonawcy należy ustalenie działań oraz ich zakresu w taki sposób, aby osiągnąć wskazane w pkt 3 wskaźniki. W przypadku materiałów drukowanych Wykonawca ustala z Zamawiającym ich ilość, specyfikację i przeznaczenie. Wykonawca w ramach oferty zobowiązany jest wliczyć wszelkie koszty dot. zamówienia.

3. Wykonawca w trakcie trwania kampanii będzie musiał zrealizować wskaźniki efektywności kampanii – szczegółowo opisano je w SOPZ.

Kampania będzie realizowana od dnia zawarcia umowy i nie będzie trwała dłużej niż do 31 maja 2021 r.

Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany terminu zakończenia kampanii bez ponoszenia dodatkowych kosztów.

Numer sekcji: II.2.7

Miejsce, w którym znajduje się tekst do modyfikacji: Okres obowiązywania zamówienia, umowy ramowej lub dynamicznego systemu zakupów

Zamiast:

Okres w miesiącach: 4

Powinno być:

Okres w miesiącach: 9

Numer sekcji: VI.3

Miejsce, w którym znajduje się tekst do modyfikacji: Informacje dodatkowe

Zamiast:

1. W zależności od sytuacji epidemiologicznej wynikającej z rozprzestrzeniania się koronawirusa Covid-19 oraz wydawanych przez instytucje publiczne zaleceń w tym zakresie Zamawiający zastrzega sobie możliwość zmiany:

a. terminu realizacji przedmiotu umowy (nawet na 2021 r.). W sytuacji zaistnienia takiej okoliczności Zamawiający niezwłocznie powiadomi o tym Wykonawcę, w celu przygotowania nowego harmonogramu rzeczowo-finansowego uwzględniającego przeprowadzenie działań w nowym terminie. Przesunięcie terminu rozpoczęcia działań, nie będzie rodziło skutków finansowych wobec Zamawiającego;

b. liczby publiczności podczas wydarzenia finałowego.

2. Wykonawcy ubiegający się o udzielenie zamówienia muszą dostarczyć Zamawiającemu dokumenty i oświadczenia podpisane kwalifikowanym podpisem elektronicznym:

a. formularz oferty – zgodnie z załącznikiem nr 2 i 3 do SIWZ;

b. jednolity europejski dokument zamówienia (JEDZ) – zgodnie z zasadami określonymi w pkt 7.1 SIWZ;

c. pełnomocnictwo – jeśli dotyczy;

d. projekt koncepcji kampanii wraz z przykładowym postem sponsorowanym na portalu Facebook (do oceny ofert).

3. Informacje dodatkowe:

a. Zamawiający Zgodnie z art. 24aa ustawy Pzp, najpierw dokona oceny ofert, a następnie zbada, czy Wykonawca, którego oferta została oceniona jako najkorzystniejsza, nie podlega wykluczeniu oraz spełnia warunki udziału w postępowaniu.

b. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych.

c. Zamawiający nie przewiduje możliwości udzielenia zamówień, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 ustawy Pzp.

d. Zamawiający nie przewiduje zawarcia umowy ramowej.

e. Zamawiający nie przewiduje ustanowienia dynamicznego systemu zakupów.

f. Zamawiający nie przewiduje wyboru najkorzystniejszej oferty z zastosowaniem aukcji elektronicznej.

g. Zamawiający nie wymaga wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy.

h. Wykonawca zobowiązany jest do wniesienia wadium przed upływem terminu składania ofert. Wadium należy wnieść w wysokości 13 000 PLN (słownie: trzynaście tysięcy złotych) na zasadach opisanych w rozdziale 9 SIWZ.

i. W niniejszym postępowaniu o udzielenie zamówienia komunikacja między Zamawiającym a Wykonawcami odbywa się przy użyciu miniPortalu (<https://miniportal.uzp.gov.pl/>), ePUAPu (<https://epuap.gov.pl/wps/portal>) oraz za pośrednictwem poczty elektronicznej – adres e-mail: przetargi@ncbr.gov.pl

Powinno być:

1. W zależności od sytuacji epidemicznej wynikającej z rozprzestrzeniania się koronawirusa Covid-19 oraz wydawanych przez instytucje publiczne zaleceń w tym zakresie Zamawiający zastrzega sobie możliwość zmiany:

a. terminu realizacji przedmiotu umowy. W sytuacji zaistnienia takiej okoliczności Zamawiający niezwłocznie powiadomi o tym Wykonawcę, w celu przygotowania nowego harmonogramu rzeczowo-finansowego

uwzględniającego przeprowadzenie działań w nowym terminie. Przesunięcie terminu rozpoczęcia działań, nie będzie rodziło skutków finansowych wobec Zamawiającego;

b. liczby publiczności podczas wydarzenia finałowego.

2. Wykonawcy ubiegający się o udzielenie zamówienia muszą dostarczyć Zamawiającemu dokumenty i oświadczenia podpisane kwalifikowanym podpisem elektronicznym:

a. Formularz oferty – zgodnie z załącznikiem nr 2 i 3 do SIWZ;

b. Jednolity europejski dokument zamówienia (JEDZ) – zgodnie z zasadami określonymi w pkt 7.1 SIWZ;

c. pełnomocnictwo – jeśli dotyczy;

d. projekt koncepcji kampanii wraz z przykładowym postem sponsorowanym na portalu Facebook (zgodnie z opisem w pkt 15.4. i 15.5. SIWZ).

3. Informacje dodatkowe:

a. Zamawiający zgodnie z art. 24aa ustawy Pzp, najpierw dokona oceny ofert, a następnie zbada, czy Wykonawca, którego oferta została oceniona jako najkorzystniejsza, nie podlega wykluczeniu oraz spełnia warunki udziału w postępowaniu;

b. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych;

c. Zamawiający nie przewiduje możliwości udzielenia zamówień, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 ustawy Pzp;

d. Zamawiający nie przewiduje zawarcia umowy ramowej;

e. Zamawiający nie przewiduje ustanowienia dynamicznego systemu zakupów;

f. Zamawiający nie przewiduje wyboru najkorzystniejszej oferty z zastosowaniem aukcji elektronicznej;

g. Zamawiający nie wymaga wniesienia zabezpieczenia należytego wykonania umowy;

h. Wykonawca zobowiązany jest do wniesienia wadium przed upływem terminu składania ofert. Wadium należy wnieść w wysokości 6 000 PLN (słownie: sześć tysięcy złotych) na zasadach opisanych w rozdziale 9 SIWZ;

i. w niniejszym postępowaniu o udzielenie zamówienia komunikacja między Zamawiającym a Wykonawcami odbywa się przy użyciu miniPortalu (<https://miniportal.uzp.gov.pl/>), ePUAPu (<https://epuap.gov.pl/wps/portal>) oraz za pośrednictwem poczty elektronicznej – adres e-mail: (przetargi@ncbr.gov.pl).

Numer sekcji: IV.2.2

Miejsce, w którym znajduje się tekst do modyfikacji: Termin składania ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału

Zamiast:

Data: 20/07/2020

Czas lokalny: 11:00

Powinno być:

Data: 27/07/2020

Czas lokalny: 11:00

Numer sekcji: IV.2.7

Miejsce, w którym znajduje się tekst do modyfikacji: Warunki otwarcia ofert

Zamiast:

Data: 20/07/2020

Czas lokalny: 12:00

Powinno być:

Data: 27/07/2020

Czas lokalny: 12:00

VII.2) **Inne dodatkowe informacje:**