

Warszawa, 4 sierpnia 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 dwóm inicjatywom NCBR: Przedsięwzięcie pn. Wielkie Wyzwanie: Energia oraz Osiem nowych przedsięwzięć, wpisujących się w ideę Zielonego Ładu Unii Europejskiej.**

Działając na podstawie art. 38 ust. 1 pkt 1, art. 38 ust. 2, w związku z art. 38 ust. 4 i art. 38 ust. 4a pkt 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.

Pytanie 1:

W wyjaśnieniach piszą Państwo raz „...obydwie inicjatywy mogą mieć wspólny mianownik jako działania Narodowego Centrum Badań i Rozwoju inwestującego środki publiczne w innowacyjną i konkurencyjną gospodarkę, w szczególności wpisujące się w ideę zielonego ładu, ekologii, przeciwdziałania zmianom klimatu....”, a w innym miejscu „...należy przygotować jedną linię kreatywną z założeniem dopasowania kanałów i narzędzi komunikacji osobno dla dwóch inicjatyw...”.

Prosimy zatem o doprecyzowanie czy na potrzeby przetargu jako idea kreatywna mamy przygotować:

a) jedną idee parasolową łączącą WWE i 8 Przedsięwzięć = wspólna big idea, wspólne hasło, motyw przewodni, etc.

b) oddzielną ideę dla WWE i oddzielną dla 8 Przedsięwzięć = dwie niezależne idee z dwoma oddzielnymi hasłami, dwoma motywami przewodnimi, etc.

c) oddzielną ideę dla WWE i oddzielną dla każdego z 8 Przedsięwzięć – łącznie 9 idei kreatywnych, 9 hasel, 9 motywów przewodnich, etc.

Która z powyższych opcji jest przez Państwa oczekiwana w ramach oferty jako idea kreatywna.

Odpowiedź na pytanie:

Zamawiający oczekuje przygotowania jednej linii kreatywnej z założeniem dopasowania kanałów i narzędzi komunikacji osobno dla dwóch inicjatyw.

Pytanie 2:

Czy w jakimkolwiek kanale będzie funkcjonował wspólny komunikat o WWE i 8 Przedsięwzięciach? Jeśli tak to w jakim?

Odpowiedź na pytanie:

Zarówno WWE, jak i Osiem Przedsięwzięć są działaniami NCBR, proekologicznymi, wpisującymi się ideę Zielonego Ładu UE, ekologii, przeciwdziałania zmianom klimatu. NCBR we własnej, dotychczasowej komunikacji komunikował razem obydwie inicjatywy.

Pytanie 3:

Liczba wyświetleń materiałów online: 50 000 000 (w tym wygenerowanie min. 100 000 wyświetleń materiałów video przygotowanych w ramach Zamówienia w kampanii YouTube). - jakie kanały poza wskazanym YT zamawiający ma na myśli? Czy wykonawca może dowolnie wybrać kanały w których osiągnie podane KPI oraz z jakiego narzędzia raportujemy wyniki? Czy mogą to być narzędzia wykonawcy czy inne?

Odpowiedź na pytanie:

Wykonawca w koncepcji kreatywnej kampanii przedstawia kanały, na których zaplanował komunikację. Wybór kanałów komunikacji należy do Wykonawcy. Ważne, aby poprzez odpowiedni dobór kanałów Wykonawca osiągnął wskaźniki efektywności kampanii. Podstawą do uwiarygodnienia uzyskanego zasięgu będą statystyki jednego z wiodących dostawców analityki online (w zależności od wybranych kanałów komunikacji np. Google Analytics, dostawcy monitoringu mediów).

Pytanie 4:

Rozumiemy, że kosztów wynajmu PGE nie ujmujemy w ofercie kosztowej. Proszę o potwierdzenie.

Odpowiedź na pytanie:

Koszt wynajmu stadionu PGE Narodowy na event finałowy Wielkiego Wyzwania: Energia pozostaje po stronie Zamawiającego.

Pytanie 5:

Czy można zarekomendować inną koncepcję eventu aniżeli w oparciu o PGE?

Odpowiedź na pytanie:

Zamawiający nie przewiduje zmiany miejsca eventu finałowego Wielkiego Wyzwania: Energia.

Pytanie 6:

Czy Państwa zdaniem obiekt jakim jest PGE nie jest zbyt duży na event jaki chcemy zorganizować?

Odpowiedź na pytanie:

Obiekt PGE Narodowy zapewnia optymalne warunki przeprowadzenia finału, równego dla wszystkich uczestników Wielkiego Wyzwania: Energia. Zamawiający nie przewiduje zmiany miejsca eventu finałowego Wielkiego Wyzwania: Energia.

Pytanie 7:

Czy wchodzi w grę pozyskanie patronatów mediowych i komercyjnych dla wydarzenia?

Odpowiedź na pytanie:

Zamawiający dopuszcza możliwość pozyskania patronatów mediowych dla wydarzenia finałowego Wielkiego Wyzwania: Energia.

Pytanie 8:

Po bardzo dokładnej i szczegółowej analizie możliwości wypracowania oczekiwanych przez Państwa KPIs, określonych w SIWZ, stwierdzam że ich osiągnięcie jest nierealne.

Moją opinię opieram na dogłębnych analizach czterech domów mediowych, które wycofały się z udziału w procedurze przetargowej w konsorcjum z moją agencją.

Założenia SIWZ powinny zostać zmienione w obszarze KPIs czyli powinno być urealnione ich osiągnięcie w zakładanym budżecie.

Odpowiedź na pytanie:

Zamawiający podjął decyzję o zmianie wskaźnika Return of Investment (dot. całej kampanii).

Wskaźnik ROI został ustalony na: 7 (wcześniej wartość wynosiła 10).

Zamawiający informuje, że na stronie internetowej BIP NCBR opublikowana zostanie SIWZ aktualna na dzień 04 sierpnia 2020 r.

Agnieszka Szmit

Dyrektor

Działu Komunikacji i Promocji

/podpisano elektronicznie/