



Warszawa, 24 września 2021r.

Nr sprawy: ABM-ZP-7/2021

Wykonawcy

W związku z pytaniami zgłoszonymi w trybie art. 135 ust. 1 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych, zwanej dalej „ustawą Pzp”, w sprawie postępowania na **Przeprowadzenie kampanii społecznej o charakterze informacyjno-promocyjnym dotyczącej realizowanych projektów B+R z dziedziny nauk medycznych, w tym z obszaru onkologii**, prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego zgodnie z art. 132 ustawy Pzp, Zamawiający na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy Pzp, poniżej przedstawia ich treść wraz z wyjaśnieniami.

Zamawiający udziela odpowiedzi na następujące pytania Wykonawcy:

Pytanie nr 1:

Zgodnie z pkt. 7.1.5. Opz, przy budowie landing page „zamawiający wyklucza wykorzystanie cms wordpress i innych generatorów strony.” Obecnie praktycznie wszystkie serwisy internetowe, w tym największe – prywatne i publiczne, bazują na rozmaitych rozwiązaniach cms, które pozwalają użytkownikom w wygodny sposób zarządzać treścią. Jak zamawiający rozumie cytowany wymóg? Czy celem wykluczenia jest dostarczenie oryginalnej, niepowtarzalnej szaty graficznej serwisu? Czy też strona powinna być zarządzana wyłącznie przez programistów, którzy będą kodować jej każdy element, a osoby bez znajomości języków programowania nie będą mogły publikować w niej treści?

Odpowiedź:

Zamawiający wyjaśnia, że poprzez sformułowanie „wyklucza wykorzystanie CMS Wordpress i innych generatorów strony” rozumie wykluczenie CMS Wordpress i generatorów kodu HTML - programów pomagających generować statyczne strony HTML. Jednocześnie Zamawiający dopuszcza wykorzystanie CMS innych niż Wordpress, w szczególności dedykowanego CMS. Ponadto Zamawiający podkreśla, że budowa oraz prowadzenie landing page kampanii jest jedynie działaniem proponowanym przez Zamawiającego i ewentualne nieuwzględnienie landing page w zaprezentowanej przez Wykonawcę koncepcji, nie wpłynie na zakwalifikowanie oferty jako oferty nieważnej.

Pytanie nr 2:

Czy możemy prosić o dokładniejszą informację na temat sugerowanego narzędzia kampanii „reportaż video” (opz 7.1.6). Czy mają państwo już sprecyzowane oczekiwania odnośnie do tematu lub czasu trwania reportażu? Czy jego przewidywanym miejscem emisji ma być internet czy telewizja

Odpowiedź:

Zamawiający zaznacza, że propozycja koncepcji reportażu leży po stronie Wykonawcy. Jednocześnie Zamawiający wyjaśnia, że miejsce emisji, czas trwania reportażu oraz dobór tematu i kluczowych parametrów powinien zapewnić osiągnięcie wymaganych wskaźników. Ponadto Zamawiający podkreśla, że przeprowadzenie reportażu jest jedynie działaniem proponowanym przez Zamawiającego i ewentualne nieuwzględnienie reportażu w zaprezentowanej przez Wykonawcę koncepcji, nie wpłynie na zakwalifikowanie oferty jako oferty nieważnej.

Pytanie nr 3:

Jednym z sugerowanych narzędzi jest landing page (opz 7.1.5), natomiast efektywność kampanii ma być mierzona m.in. liczbą wejść na stronę internetową abm (opz 7.3.4). Czy ten wskaźnik obejmuje landing page, czy serwis abm.gov.pl? Pytanie ma związek z potrzebą odpowiedniego zaplanowania, gdzie kierować odbiorców kampanii. Nowa strona (landing page), jest dziś nieznaną użytkownikom, a więc będzie wymagała przekierowań reklam na jej adres. To z kolei spowoduje, że ruch na głównej witrynie zamawiającego (abm.gov.pl) będzie rósł jedynie przy okazji realizacji mediaplanu.

Odpowiedź:

Zamawiający wyjaśnia, że wymieniony w pkt. 7.3.4. OPZ wskaźnik odnosi się jedynie do serwisu abm.gov.pl.

Pytanie nr 4:

Zgodnie z pkt. 7.3.5 OPZ kampania ma dotrzeć do 40% grupy docelowej. W OPZ są wskazane dwie grupy docelowe, które łącznie tworzą grupę Polaków w wieku 40+. Czy kampania będzie rozliczana z dotarcia do 40% tej, liczącej 11,867 mln osób, populacji? Czy też wykonawca powinien doprecyzować grupy docelowe na potrzeby kampanii i to one będą stanowiły punkt odniesienia?

Odpowiedź:

Zamawiający informuje, że zgodnie z pkt. 4 OPZ, grupę docelową stanowią wszystkie osoby 40+ oraz interesariusze rynku zdrowia. Ponadto Zamawiający potwierdza, że zgodnie z pkt 7.3.5. OPZ Wykonawca zostanie rozliczony z dotarcia do 40% grupy docelowej, o której mowa w pkt. 4 OPZ.

Proszę o uwzględnienie powyższego przy sporządzaniu oferty.

(Kierownik Zamawiającego lub jego pełnomocnik)