



Warszawa, 27 lipca 2022 r.

Nr sprawy: ABM-ZP-11/2022

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 wybranych chorób cywilizacyjnych**, prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego, Zamawiający na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy Pzp, poniżej przedstawia ich treść wraz z wyjaśnieniami.

Zamawiający udziela odpowiedzi na następujące pytanie Wykonawcy:

Pytanie nr 1:

„W punkcie 6.1. OPZ Zamawiający napisał „Wykonawca przed rozpoczęciem kampanii jest odpowiedzialny za dokonanie analizy grupy docelowej pod względem poziomu świadomości na temat działalności ABM i realizowanych przez nią działań oraz uczestnictwa w badaniach klinicznych na podstawie wyników badań dostarczonych przez Zamawiającego.” Zwracamy się z uprzejmą prośbą o udostępnienie ww. badań gdyż wstępna, ale rzetelna analiza grupy docelowej ma być dokonana na etapie oferty, powinna ona również bazować na badaniach, które mają być wykorzystywane w realizacji kampanii.”

Odpowiedź:

Zamawiający wymaga, aby Wykonawca przygotował swoją ofertę na podstawie informacji zawartych w „Brief do przeprowadzenia kampanii społecznej o charakterze informacyjno-promocyjnym dotyczącej realizowanych projektów B+R z dziedziny nauk medycznych, w tym wybranych chorób cywilizacyjnych”, stanowiącym załącznik nr 1 do OPZ. W opinii Zamawiającego zawarte w nim informacje są wystarczające do przygotowania oferty. Ponadto, na etapie przygotowania oferty nie jest konieczna analiza grupy docelowej pod względem poziomu świadomości na temat działalności ABM i realizowanych przez nią działań oraz uczestnictwa w badaniach klinicznych na podstawie wyników badań dostarczonych przez Zamawiającego. Wyniki badań, o których mowa w pkt. 6.1. OPZ, zostaną przekazane Wykonawcy w dniu zawarcia umowy.

Pytanie nr 2:

„Jakim narzędziem Zamawiający będzie sprawdzał wzrost UU strony ABM? Zamawiający wspomina bowiem, że nie posiada Google Analytics. Czy Zamawiający dopuszcza utworzenie konta Google Analytics na początku trwania kampanii?”

Odpowiedź:

Zamawiający wyjaśnia, że wzrost UU strony www.abm.gov.pl będzie sprawdzał własnym narzędziem do monitoringu statystyk stron internetowych w ramach CMS strony internetowej www.abm.gov.pl. Zamawiający nie dopuszcza utworzenia konta Google Analytics.

Pytanie nr 3:

„Czym jest wspomniany w OPZ plan produkcyjny? Czy Zamawiający ma na myśli rozpiskę poszczególnych produkcji contentu, np. spotów, na mini harmonogramy? I co gdzie i kiedy będzie produkowane, żeby było to spójne z emisjami?”

Odpowiedź:

Zamawiający wyjaśnia, iż poprzez plan produkcyjny, o którym mowa w pkt 6.2.1.9. OPZ, rozumie harmonogram wytworzenia/produkcji materiałów audiowizualnych. W planie produkcyjnym Wykonawca ma uwzględnić dokładne terminy produkcji poszczególnych elementów kampanii, o których mowa w pkt 7.1. - 7.2. OPZ, w tym daty przekazania poszczególnych elementów do wydawców oraz specyfikę techniczną. Plan produkcyjny musi być zgodny z terminami określonymi w pkt 10 OPZ oraz w harmonogramie, o którym mowa w pkt 6.2.1.7. OPZ.

.....
(podpis Kierownika Zamawiającego lub jego pełnomocnika)