



ZAKŁAD ZAMÓWIEŃ PUBLICZNYCH

przy Ministrze Zdrowia

Al. Jerozolimskie 155, 02-326 Warszawa

Sekretariat: tel.: 22 883 35 12, fax: 22 883 35 13, Zespół ds. Kontraktów 22 883 36 32, 883 36 49

Zespół ds. Przetargów: tel. 22 883 36 08, 883 36 09, 883 35 53, tel./fax: 22 883 35 52

Zespół ds. Finansowo-Księgowych tel. 22 883 36 46

Warszawa, dnia 08/06/2018

ZZP.ZP.60/18.388.18

WYKONAWCY

dot. postępowania o udzielenie zamówienia publicznego znak: ZZP-60/18 na: **Organizacja, koordynacja i przeprowadzenie ogólnopolskiej akcji promującej honorowe krwiodawstwo pn. „Jak słodko jest się dzielić”.**

Zakład Zamówień Publicznych przy Ministrze Zdrowia uprzejmie informuje, iż do zamawiającego wpłynęły pisemne zapytania od Wykonawców.

Treść pytań oraz udzielone odpowiedzi przedstawiamy poniżej.

PYTANIE 1:

Czy zakładana ekspozycja w mediach ma być płatna czy bezpłatna? Z uwagi na gwarantowaną i punktowaną liczbę publikacji mamy wrażenie, że zakładacie Państwo wykup powierzchni medialnej?

ODPOWIEDŹ 1:

Zamawiający informuje, że zgodnie z SIWZ komunikacja na temat akcji „Jak słodko jest się dzielić” powinna być wliczona w całościową kwotę oferty.

PYTANIE 2:

Jaki jest budżet całościowy projektu?

ODPOWIEDŹ 2:

Szacunkowa wartość projektu wynosi ok. 147 413,80 zł

PYTANIE 3:

Co powinno się składać na koszt realizacji całego projektu (wykup mediów, działania PR, prowadzenie FB, zakup kuponów, jeśli coś jeszcze to co?).

ODPOWIEDŹ 3:

Zamawiający informuje, że koszt realizacji projektu należy oszacować na podstawie zapisów SIWZ, w szczególności SOPZ. Cena oferty stanowi kwotę wynagrodzenia ofertowego, jaką wykonawca chce uzyskać za wykonanie przedmiotu zamówienia. Wykonawca powinien przewidzieć wszystkie koszty skalkulowane z należytą starannością i okoliczności, które towarzyszą lub mogą towarzyszyć wykonaniu tego zamówienia i które są konieczne dla prawidłowej realizacji tego zamówienia.

PYTANIE 4:

Jakie informacje powinny się znaleźć w artykułach regionalnych dotyczących projektu?

ODPOWIEDŹ 4:

Zamawiający informuje, iż komunikacja ma się odnosić do promocji akcji pn. „Jak słodko jest się dzielić”. Komunikacja powinna zawierać co najmniej: treść, nazwę akcji „Jak słodko jest się dzielić”, odniesienie do ogólnopolskiej kampanii społecznej „Twoja krew, moje życie”.

Każdorazowa publikacja musi uzyskać akceptację Zamawiającego. Szczegółowe wytyczne zostaną określone na etapie realizacji umowy.

PYTANIE 5:

Z SOPZ wynika, że zadaniem Wykonawcy będzie obecność na miejscu akcji celem koordynacji akcji oraz sporządzenia relacji, która następnie ma stanowić materiał do publikacji na Facebooku.

Z SIWZ wynika, że jednym z kryteriów oceny oferty będzie zapewnienie odpowiedniej liczby publikacji na temat akcji w mediach lokalnych, tj. w lokalnych stacjach radiowych i lokalnej prasie.

W związku z powyższym proszę o wyjaśnienie powyższego wraz z informacją, czy:

- a) publikacje mają mieć wyłącznie charakter zapowiedzi, czy też relacji,
- b) publikacje mogą mieć charakter sponsorowany?

ODPOWIEDŹ 5:

Zamawiający informuje, że zgodnie z zapisami SIWZ (SOPZ) Wykonawca zobowiązany jest do przeprowadzenia relacji /wywiadu z krwiodawcami, którzy otrzymali kupony w ramach ww. akcji – następnie przygotowanie komunikacji na FB. Każdy wpis /post/komunikacja na FB musi zawierać co najmniej: treść, grafiką lub zdjęcie. Relację należy przygotować oraz przekazać Zamawiającemu do poniedziałku następującego po każdym tygodniu, w którym miała miejsce akcja. Liczba relacji z danego tygodnia – co najmniej 3, przy czym relacje powinny obejmować różne RCKiK.

Natomiast zapewnienie komunikacji na temat akcji „Jak słodko się dzielić” na terenie każdego RCKiK w radiu lokalnym oraz prasie lokalnej stanowi jedno z kryterium oceny ofert. Liczba publikacji komunikującej o akcji zostanie określana przez Wykonawcę na etapie składania ofert. Komunikacja powinna zawierać co najmniej: treść, nazwę akcji „Jak słodko jest się dzielić”, odniesienie do ogólnopolskiej kampanii społecznej „Twoja krew, moje życie”

PYTANIE 6:

SOPZ informuje, że RCKiK będzie zobowiązane do wręczania kuponów. Akcje mają się odbywać w każdy wtorek, środę i czwartek września. W związku z powyższym proszę o informację, czy Wykonawca jest zobowiązany do:

- a) obecności w każdym z 21 RCKiK w każdy wtorek, środę i czwartek września i wręczania kuponów
- b) czy też obecność Wykonawcy związana jest z przedstawionym Zamawiającemu harmonogramem relacji
- c) czy Wykonawca zobowiązany jest do stworzenia co najmniej 3 relacji z dowolnych RCKiK czy też ma stworzyć co najmniej 3 relacje z każdego z 21 RCKiK w każdym tygodniu akcji?

ODPOWIEDŹ 6:

Zamawiający informuje, że zgodnie z SIWZ (SOPZ) Wykonawca zobowiązany jest do przeprowadzenia relacji /wywiadu z krwiodawcami, którzy otrzymali kupony w ramach ww. akcji – następnie przygotowanie komunikacji na FB. Każdy wpis /post/komunikacja na FB musi zawierać co najmniej: treść, grafiką lub zdjęcie. Relację należy przygotować oraz przekazać Zamawiającemu do poniedziałku następującego po każdym tygodniu, w którym

miała miejsce akcja. Liczba relacji z danego tygodnia – co najmniej 3, przy czym relacje powinny obejmować różne RCKiK.

PYTANIE 7:

Przeglądając dokumentację przetargową ZZP60/18 natknęliśmy się na następującą rozbieżność:

Za SOPZ:

Zadania do realizacji (...)

Przeprowadzenie relacji /wywiadu z krwiodawcami, którzy otrzymali kupony w ramach ww. akcji – następnie przygotowanie komunikacji na FB. Każdy wpis /post/komunikacja na FB musi zawierać co najmniej: treść, grafiką lub zdjęcie. Relację należy przygotować oraz przekazać Zamawiającemu do poniedziałku następującego po każdym tygodniu, w którym miała miejsce akcja. Liczba relacji z danego tygodnia – co najmniej 3, przy czym relacje powinny obejmować różne RCKiK. Założenia komunikacji: a) komunikacja na FB: otwarta, przyjazna i sympatyczna w formie pierwszej osoby, b) angażowanie do uczestnictwa w akcji, c) bazowanie na pozytywnych emocjach. (...)

BRAK INFORMACJI O OCZEKIWANYCH DZIAŁANIACH W MEDIACH TRADYCYJNYCH
(tylko przeprowadzenie relacji i Facebook)

Za SIWZ

Kryteria oceny:(...)

Wartość punktowa w kryterium nr 2 komunikacja na temat akcji „Jak słodko się dzielić” na terenie każdego RCKiK wyliczana jest następująco: 1) w radio lokalnym – 20 pkt. a) do 25 informacji – 0 pkt. b) od 26 do 35 informacji – 10pkt. c) od 36 do 45 informacji – 15 pkt. d) od 46 lub więcej – 20 pkt 2) w prasie lokalnej – 20 pkt. a) 1 publikacja – 0 pkt. b) od 2 do 4 publikacji –10 pkt. c) od 5 lub więcej– 20 pkt. (...)

BRAK INFORMACJI O OCZEKIWANYCH DZIAŁANIACH NA FACEBOOKU (tylko media tradycyjne)

Która z wersji jest prawidłowa, abyśmy mogli oszacować czy jesteśmy w stanie stanąć do postępowania, a tym samym przygotować właściwe dokumenty i wycenę?

ODPOWIEDŹ 7:

Zamawiający informuje, że zgodnie z zapisami SIWZ (SOPZ) Wykonawca zobowiązany jest do przeprowadzenia relacji /wywiadu z krwiodawcami, którzy otrzymali kupony w ramach ww. akcji – następnie przygotowanie komunikacji na FB. Każdy wpis /post/komunikacja na FB musi zawierać co najmniej: treść, grafiką lub zdjęcie. Relację należy przygotować oraz przekazać Zamawiającemu do poniedziałku następującego po każdym tygodniu, w którym miała miejsce akcja. Liczba relacji z danego tygodnia – co najmniej 3, przy czym relacje powinny obejmować różne RCKiK.

Natomiast zapewnienie komunikacji na temat akcji „Jak słodko się dzielić” na terenie każdego RCKiK w radiu lokalnym oraz prasie lokalnej stanowi jedno z kryterium oceny ofert. Liczba publikacji komunikującej o akcji zostanie określana przez Wykonawcę na etapie składania ofert. Komunikacja powinna zawierać co najmniej: treść, nazwę akcji „Jak słodko jest się dzielić”, odniesienie do ogólnopolskiej kampanii społecznej „Twoja krew, moje życie”