

Warszawa, dnia 24 czerwca 2024 r.

**Zamawiający:**

**Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH – Państwowy Instytut Badawczy**

ul. Chocimska 24

00-791 Warszawa

**Dotyczy:** postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pn. „Organizacja i realizacja V edycji konkursu pt. „Rodzinna Akcja: Zdrowa Rywalizacja” pod hasłem „Kierunek zdrowie!” oraz kampanii promocyjno-edukacyjnej zachęcającej do udziału w Konkursie oraz motywującej rodziny do zmiany nawyków żywieniowych i zwiększenia aktywności fizycznej”.

**Znak postępowania:** D.DZP.262.590.2024

**Wyjaśnienia treści Specyfikacji Warunków Zamówienia**

Zamawiający, tj. Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH – Państwowy Instytut Badawczy informuje, że w związku z otrzymanymi wnioskami o wyjaśnienie treści Specyfikacji Warunków Zamówienia, które wpłynęły do Zamawiającego, niniejszym działając na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz.U 2023 poz. 1605 ze zm.) przekazuje treść zapytań wraz z odpowiedziami.

**PYTANIE NR 1:**

Prosimy o wyjaśnienie następującej kwestii: w ramach oceny ofert oceniana jest m.in. oryginalność wstępnej koncepcji kreatywnej, logo konkursu oraz Key visuala (Wstępna koncepcja kreatywna, logo konkursu oraz Key visual konkursu jest wyróżniająca się spośród innych złożonych – 20 pkt), a jednocześnie w punkcie 2. 1. 1 OPZ (Zadania wykonawcy) wymienione jest zadanie „Wykonawca opracuje grafiki spójne z layout’em grafik z poprzednich edycji Konkursu. Wykonawca opracuje nową wersję logotypu Akcji odzwierciedlającą hasło tegorocznej edycji jakim jest „Kierunek Zdrowie!”, a także opracuje grafiki będące elementem publikowanych postów i wyzwań oraz banera stałego promujących akcję zgodnie z key visual NCEŻ”. Wydaje się, że oryginalność nowej propozycji key visuala i spójność graficzna z poprzednią wersją konkursu wzajemnie się wykluczają. Czy możemy w takim razie prosić o doprecyzowanie, jakie są tutaj oczekiwania Zamawiającego?

**ODPOWIEDŹ:**

*Zamawiający wyjaśnia, że konkurs „Rodzinna Akcja. Zdrowia Rywalizacja” edycja 2024 roku kontynuuje założenia poprzednich edycji, czyli motywowanie rodzin do wspólnych zmian nawyków żywieniowych i wspólnej aktywności fizycznej. Dlatego istotnym jest zachowanie ciągłości stylistycznej projektu, by zaakcentować że zmiany żywieniowe, zdrowy tryb życia są procesem ciągłym. Jednocześnie spójność stylistyczna, w ocenie Zamawiającego, nie wyklucza oryginalnego podejścia do stworzenia nowego logotypu akcji i key visuala dla edycji 2024. Zwłaszcza, że obecna edycja ma nowe hasło parasolowe „Kierunek Zdrowie!” dla wszystkich aktywności.*

**PYTANIE NR 2**

Zapytanie w nawiązaniu do 2. ZOBOWIĄZANIA WYKONAWCY 2.1 Zadania Wykonawcy w ramach realizacji Konkursu „Rodzinna Akcja: Zdrowa Rywalizacja 2024” 2.1.1 Zadania Wykonawcy: punktu 14 podpunktu c) w Opisie Przedmiotu Zamówienia. Jak mamy interpretować ten podpunkt? Artykuł sponsorowany ma się znaleźć na jednym czy na wielu portalach internetowych?

**ODPOWIEDŹ:**

*Wykonawca zrealizuje 1 art. sponsorowany na 1 wybranym przez Zamawiającego portalu typu Interia, Onet, WP itp. platformy informacyjne, sekcje dedykowane zdrowemu stylowi życia/zdrowiu. Wykonawca powinien Zamawiającemu zaproponować przynajmniej 2 portale, z których Zamawiający wybierze 1 portal.*

**W konsekwencji powyższych wyjaśnień, Zamawiający modyfikuje powyższy zapis w Rozdziale III SWZ – Opis Przedmiotu Zamówienia (dalej „OPZ”) w następujący sposób:**

**PRZED ZMIANA:**

**Rozdział 2 „Zobowiązania Wykonawcy”**

**2.1. Zadania Wykonawcy w ramach realizacji Konkursu „Rodzinna Akcja: Zdrowa Rywalizacja 2024”**

**2.1.1 Zadania Wykonawcy**

**14) (...)**

**c) 1 artykuł promujący Konkurs (od 3 tysięcy do 6 tysięcy znaków ze spacjami) do publikacji na stronie internetowej Rodzinnej Akcji, NCEŻ i w formie artykułu sponsorowanego na wybranych przez Zamawiającego portalach internetowych, takich jak Interia, Onet, WP itp. (platformy informacyjne, sekcje dedykowane zdrowemu stylowi życia/zdrowiu).**

**PO ZMIANIE:**

**Rozdział 2 „Zobowiązania Wykonawcy”**

**2.1. Zadania Wykonawcy w ramach realizacji Konkursu „Rodzinna Akcja: Zdrowa Rywalizacja 2024”**

**2.1.1 Zadania Wykonawcy**

**14) (...)**

**c) 1 artykuł promujący Konkurs (od 3 tysięcy do 6 tysięcy znaków ze spacjami) do publikacji na stronie internetowej Rodzinnej Akcji, NCEŻ i w formie artykułu sponsorowanego na wybranych przez Zamawiającego portalach internetowych, takich jak Interia, Onet, WP itp. (platformy informacyjne, sekcje dedykowane zdrowemu stylowi życia/zdrowiu).**

**Wykonawca zrealizuje 1 art. sponsorowany na 1 wybranym przez Zamawiającego portalu typu Interia, Onet, WP itp. platformy informacyjne, sekcje dedykowane zdrowemu stylowi życia/zdrowiu.**

**Wykonawca powinien Zamawiającemu zaproponować przynajmniej 2 portale, z których Zamawiający wybierze 1 portal.**

**PYTANIE NR 3**

Zapytanie do Opisu Przedmiotu Zamówienia w nawiązaniu do 2. ZOBOWIĄZANIA WYKONAWCY

2.1 Zadania Wykonawcy w ramach realizacji Konkursu „Rodzinna Akcja: Zdrowa Rywalizacja 2024”

2.1.1 Zadania Wykonawcy: punktu 14 podpunktu d).

Jak długo chcą Państwo aby baner był zawieszony na portalach internetowych?

**ODPOWIEDŹ:**

**Zamawiający wyjaśnia, iż wymagane jest, aby przedmiotowy banner był opublikowany na portalach społecznościowych przez 7 dni kalendarzowych.**

**W konsekwencji powyższych wyjaśnień, Zamawiający modyfikuje powyższy zapis w OPZ w następujący sposób:**

**PRZED ZMIANĄ:**

**Rozdział 2 „Zobowiązania Wykonawcy”**

**2.1. Zadania Wykonawcy w ramach realizacji Konkursu „Rodzinna Akcja: Zdrowa Rywalizacja 2024”**

**2.1.1 Zadania Wykonawcy**

**14) (...)**

**d) 1 baner stały do kampanii Display informujący o Rodzinnej Akcji na 5 głównych portalach internetowych takich jak Interia, Onet, WP itp. (platformy informacyjne, sekcje dedykowane zdrowemu stylowi życia/zdrowiu).**

**PO ZMIANIE:**

**Rozdział 2 „Zobowiązania Wykonawcy”**

**2.1. Zadania Wykonawcy w ramach realizacji Konkursu „Rodzinna Akcja: Zdrowa Rywalizacja 2024”**

**2.1.1 Zadania Wykonawcy**

**14) (...)**

**d) 1 baner stały do kampanii Display informujący o Rodzinnej Akcji na 5 głównych portalach internetowych takich jak Interia, Onet, WP itp. (platformy informacyjne, sekcje dedykowane zdrowemu stylowi życia/zdrowiu). **Banner będzie publikowany przez 7 dni kalendarzowych.****

**PYTANIE NR 4**

Czy w projektach graficznych należy uwzględnić logotypy Zamawiającego i ewentualnych Partnerów projektu lub inne obowiązkowe znakowania (np. formuły o finansowaniu)? Jeśli tak, prosba o wykaz obowiązkowego oznakowania.

**ODPOWIEDŹ:**

**Zamawiający wyjaśnia, że w projektach graficznych należy uwzględnić niżej wymienione logotypy:**

**„Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH Państwowy Instytut Badawczy”;**

**„Ministerstwo Zdrowia”;**

**„Narodowy Program Zdrowia”;**

**„Oznaczenie słowne: Zadanie realizowane ze środków Narodowego Programu Zdrowia na lata 2021-2025, finansowane przez Ministra Zdrowia”;**

**Do potwierdzenia po wyborze Wykonawcy zastosowanie następujących logotypów:**

**„Narodowe Centrum Edukacji Żywieniowej”;**

**„Planuję długie życie”.**

**PYTANIE NR 5**

Czy wykupienie miejsca na portalach pod artykuł promujący Konkurs oraz baner do kampanii Display leży po stronie Zamawiającego? Dodatkowo, czy kwota przeznaczona na nagrody ma znaleźć się po stronie Wykonawcy?

**ODPOWIEDŹ:**

***Zakup powierzchni na portalach do artykułu promującego konkurs oraz zakup bannera do kampanii display należy do obowiązków Wykonawcy.***

***Do obowiązków Wykonawcy należy również zakup nagród. Oba zadania powinny być ujęte w oferowanej łącznej cenie za realizację niniejszego zamówienia zaproponowanej przez Wykonawcę.***

**Załączniki:**

- 1) Zaktualizowany Rozdział III SWZ – OPZ \_stan na dzień 24 czerwca 2024 r. (wprowadzone zmiany oznaczono kolorem zielonym).**

**Zatwierdził:**

***Dyrektor Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego PZH***

***– Państwowego Instytutu Badawczego***

***dr n. med. Bernard Waśko***