

Warszawa, dnia 28 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 nr 2

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:

Zamawiający oczekuje przygotowania nowej wersji logo. Prosimy o zamieszczenie poprzedniej wersji w plikach edytowalnych, lub chociaż w formacie pdf.

ODPOWIEDŹ:

W odpowiedzi na powyższe pytanie Zamawiający w załączeniu do niniejszych wyjaśnień przekazuje odpowiednie grafiki. Zamawiający informuje, że w poprzednich edycjach logotypy Akcji poszczególnych edycji nie posiadały Księgi znaku

Link do strony z logotypem Akcji edycji 2023 w poglądowej wersji:

<https://rodzinnaakcja.pzh.gov.pl/>. W linku jest przedstawiony logotyp w wersji poglądowej

Jednocześnie Zamawiający informuje, że nie stawia wymogu, aby na etapie składania ofert Wykonawca przedstawił logotyp w wersji produkcyjnej.

PYTANIE NR 2

1. Czy mechanika przeprowadzenia konkursu ma być taka sama jak w poprzednich edycjach?
2. Czy konkurs musi odbywać się na stronie www czy np. na www i social mediach?

ODPOWIEDŹ:

Zamawiający wyjaśnia, co następuje.

1. *Mechanizm konkursu opisany jest w Rozdziale III SWZ - OPZ w Rozdziale 2. „Zobowiązania Wykonawcy” pkt 2.1. ppkt 2.1.1. „Zadania Wykonawcy” pppkt 6 oraz pppkt 7 i jest tożsamy z mechanizmem konkurs poprzednich edycji Akcji.*
2. *Konkurs ma odbywać się na dedykowanej platformie. W OPZ Zamawiający przewidział promocję konkursu w mediach społecznościowych. Zapisy potwierdzające ww. informacje zostały wskazane w Rozdziale III SWZ - OPZ w Rozdziale 2. „Zobowiązania Wykonawcy” pkt 2.1. ppkt 2.1.1. „Zadania Wykonawcy” pppkt 6 oraz pppkt 7.*

PYTANIE NR 3

Poprosimy o dodanie obecnego kv i brand booka.

ODPOWIEDŹ:

Patrz odpowiedź na pytanie nr 1 powyżej.

PYTANIE NR 4

W Pkt 6 ppkt. 1c Zamawiający napisał, że Przykłady zastosowania Key visual i logo na produktach tj. stronie internetowej konkursu, poście sponsorowanym, bannerze do kampanii display, filmie. Film występuje tu w liczbie pojedynczej, przy czym w pkt. 18 poświęconemu kryteriom oceny ofert Zamawiający napisał, że przykłady zastosowania logo i KV na produktach i wymienia filmy w liczbie mnogiej. Prosimy o doprecyzowanie o ile przykładów zastosowania w filmie chodzi.

Kolejne pytanie dotyczące tego kryterium to takie, czy przykład zastosowania logo i KV w filmie/filmach ma być w formie przykładowego filmu (jeśli tak, to którego z typu filmów z OPZ ma dotyczyć przykład), to czy wystarczy Zamawiającemu pokazanie przykładowego kadru z filmu/mockupu w formie wizualizacji, czy też wykonawcy mają przedstawić krótki zmontowany film z użyciem elementów kreacji?

ODPOWIEDŹ:

Zamawiający wyjaśnia, że zapis Rozdziału I pkt 6 ppkt 1 lit. c) SWZ został opisany w sposób prawidłowy, tj. oferta musi zawierać przykłady zastosowania Key Visual i logo produktu na stronie internetowej konkursu, poście sponsorowanym, banerze do kampanii display, filmie.

Zamawiający informuje, że wystarczy przykład 1 (jednego) filmu.

Zamawiający informuje, że w Rozdziale I pkt. 18 ppkt. 18.2 pppkt. 2) SWZ nastąpiła omyłka pisarska. Poprawne brzmienie ww. zapisu to:

„Wstępna koncepcja kreatywna zawierająca proponowane logo konkursu oraz Key visual (KV) konkursu musi zawierać przykłady jego zastosowania na produktach tj.: strona internetowa konkursu, post sponsorowany, banner do kampanii display, film”.

Zamawiający nadmienia, że przykład zastosowania logo i key visualu w filmie może być zaprezentowany w formie wizualizacji: mood board’u przykładowego kadru z filmu lub mock up’u.

Załączniki:

1. Grafiki i logotypy dot. zeszłorocznej edycji konkursu.

Zatwierdził:

Dyrektor Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego PZH

– Państwowego Instytutu Badawczego

dr n. med. Bernard Waśko