

## WYJAŚNIENIA

### **do Zapytania ofertowego nr P.272-11/FPM/2020 z dn. 26.06.2020 r., którego przedmiotem jest przygotowanie i realizacja kampanii pod tytułem „#DziękujemyŻePijecieMleko”**

W związku z przesłanymi pytaniami do Zapytania ofertowego nr P.272-11/FPM/2020 z dn. 26.06.2020 r. Zamawiający wyjaśnia co następuje:

- 1. pkt. 8 Zapytania Ofertowego, dotyczący warunków wzięcia udziału w postępowaniu - przedstawienia i dołączania do oferty wykazu min. 2 zrealizowanych kampanii informacyjno-promocyjnych dotyczących produktów spożywczych realizowanych w prasie, Internecie, social mediach i tv o zasięgu ogólnopolskim:**

**Pytanie 1:** Czy sumaryczne wykorzystanie wszystkich ww mediów o zasięgu ogólnopolskim, w min. 2 zrealizowanych kampaniach informacyjno-promocyjnych dotyczących produktów spożywczych, spełni warunek z pkt 8 Zapytania Ofertowego?

Zamawiający w Zapytaniu ofertowym zawarł wymóg z którego wynika , że (...) warunkiem wzięcia udziału w postępowaniu jest przedstawienie i dołączanie do oferty wykazu min. 2 zrealizowanych kampanii informacyjno-promocyjnych dotyczących produktów spożywczych realizowanych w prasie, Internecie, social mediach i tv o zasięgu ogólnopolskim. Zamawiającemu chodzi o co najmniej dwie kampanie o zasięgu ogólnopolskim realizowane we wszystkich mediach łącznie.

- 2. pkt. 3 ppkt 5 (tabela) Opisu Przedmiotu Zamówienia, dotyczący „Ogólnych wymagań przedsięwzięcia: DZIAŁANIA PR, KOORDYNACJA. Czas realizacji: 4 miesiące (IX-XII.2020)”.**

**Pytanie 2:** Czy przez „Monitoring mediów (3 miesiące) serwis prasowy przesyłany w formie e-mail (raz na dwa tygodnie przez cały okres trwania kampanii w formie wycinków prasowych - skany/zdjęcia/linki, w formie zbiorczych raportów w celu wykonania monitoringu i ewaluacji kampanii” – Zamawiający rozumie monitoring kampanii prowadzonej na rzecz Zamawiającego w wybranych tytułach oraz tzw.”dowodówki” z realizacji kampanii prasowej w postaci skanów/zdjęć/linków w formie raportów zbiorczych?

Zamawiający wymaga aby monitoring mediów (3 miesiące) obejmował: serwis prasowy przesyłany w formie e-mail (raz na dwa tygodnie przez cały okres trwania kampanii) w formie wycinków prasowych – skany/zdjęcia/linki, w formie zbiorczych raportów w celu wykonania monitoringu i ewaluacji kampanii. Zamawiający wyjaśnia, że działanie to będzie podlegało ocenie w ramach kryterium „Koncepcja kampanii - Atrakcyjność koncepcji działań PR” i oczekuje przedstawienia propozycji od składającego ofertę.

- 3. dotyczy budżetu dedykowanego na przygotowanie i realizację kampanii pt. #DziękujemyŻePijecieMleko”:**

**Pytanie 3:** W związku z obowiązkowym udziałem min. 1 Ambadora, w czasie 3 m-cy kampanii, a co się z tym wiąże olbrzymią dywersyfikacją kosztową pozyskania właściwej osoby, czy Zamawiający może określić wysokość środków przeznaczonych na realizację kampanii pt. #DziękujemyŻePijecieMleko?

Zamawiający wskazuje, iż niniejsze Zapytanie ofertowe nie podlega procedurom wynikającym z ustawy Prawo zamówień publicznych, co zastrzeżono w pkt 19 Zapytania. Jednocześnie informujemy, że Zamawiający nie ma obowiązku zawierać w Zapytaniu ofertowym wykazu pozycji kosztów zestawienia rzeczowo-finansowego zadania oraz budżetu zadania i w związku z tym nie zostanie ujawniona informacja o budżecie przedsięwzięcia.

**Z-ca Dyrektora**  
Polskiej Federacji Hodowców Bydła  
i Producentów Mleka



*Mieczysław Klupczyński*