

## 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:

#### **Pytania:**

1. W związku z informacją zawartą w zapytaniu ofertowym „warunkiem wzięcia udziału w postępowaniu jest przedstawienie i dołączenie do oferty wykazu min. 2 zrealizowanych kampanii informacyjno-promocyjnych dotyczących produktów spożywczych realizowanych w prasie, Internecie, social mediach i tv o zasięgu ogólnopolskim” - prośba o:

- informację w jakiej formie należy przedstawić min. 2 zrealizowane kampanie? Czy może to być prezentacja PDF/ PowerPoint z opisem poszczególnych działań? Jakie są dopuszczalne formy przedstawienia tych realizacji?

- czy ilość przedstawionych Państwu zrealizowanych kampanii ma znaczenie dla punktacji?

- czy w ramach przedstawianych Państwu zrealizowanych wcześniej 2 kampanii – każda z tym kampanii musi obejmować wszystkie wymienione przez Państwa nośniki (radio, www, tv, współpraca z influencerami itd.) czy przykładowo możemy przedstawić Państwu 1 kampanię, która promowana była tylko w internecie i zupełnie inną kampanię (inny produkt), która promowana była tylko w social mediach i w prasie? Czy to muszą być kampanie, które były promowane we wszystkich wymaganych przez Państwa nośnikach/ kanałach? Często dane kampanie nie są realizowane we wszystkich kanałach.

Zamawiający w Zapytaniu ofertowym w pkt. 8 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. **Reklama w prasie, tv, internecie – prośba o informację na jaki okres czasu powinniśmy kosztorysować licencje praw twórców i wykonawców?**

Zamawiający wyjaśnia, że Działania kampanii wraz z czasem ich realizacji oraz opisem zostały wpisane do Opisu Przedmiotu zamówienia Załącznik nr 1 do zapytania ofertowego nr P. 272-11/FPM z dnia 26.06.2020 r.

3. **Czy zakres prac obejmuje także projektowanie i programowanie www, czy tylko prowadzenie. Jeśli prowadzenie, to jest przez to rozumiane – jaki zakres godzinowy dziennie?**

Zamawiający wyjaśnia, że dedykowana strona internetowa kampanii <http://www.dziękujemyzepijeciemeleko.pl/> została już przygotowana przez Zamawiającego.

Zamawiający oczekuje w przygotowywanej przez Państwo ofercie atrakcyjnej aktualizacji strony kampanii, opracowania pakietu treści potrzebnych do odświeżenia strony kampanii, teksty SEO (pozycjonowanie i optymalizacja) oraz SEM (przeprowadzanie w kampanii linków sponsorowanych, optymalizacja stron internetowych i pozycjonowanie, których celem jest osiągnięcie widoczności danego serwisu, czy strony internetowej w wynikach wyszukiwania). Zamawiający wyjaśnia, że działanie to będzie podlegało ocenie w ramach kryterium „Koncepcja kampanii - Atrakcyjność koncepcji działań PR” i oczekuje przedstawienia propozycji od składającego ofertę.

**4. Czy wynagrodzenie Ambasadora jest po stronie agencji i powinno zostać zawarte w ofercie?**

Zamawiający wyjaśnia, że działanie to będzie podlegało ocenie w ramach kryterium „Koncepcja kampanii - Atrakcyjność koncepcji działań PR” i oczekuje przedstawienia propozycji od składającego ofertę. Zgodnie z Załącznikiem Nr 2 do Zapytania ofertowego nr P.272-11/FPM/2020 z dnia 26.06.2020 r. Zamawiający wymaga, aby składający ofertę wpisał za jaką kwotę wykona i dostarczy przedmiot zamówienia oraz zaprezentował podział wyżej wymienionej kwoty dla następujących działań:

DZIAŁANIA KAMPANII	CENA BRUTTO
REKLAMA W TELEWIZJI, PRASIE i INTERNECIE	
PROWADZENIE SERWISU INTERNETOWEGO	
DZIAŁANIA PR, KOORDYNACJA SPOT VIDEO WSPÓŁPRACA Z AMBASADOREM KAMPANII /OSOBOWOŚĆ TELEWIZYJNA	

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.

**5. Prośba o informację, czy mediaplan powinien być przedstawiony w 1 wersji cenowej, czy może być w kilku wariantach cenowych?**

Oferta finansowa powinna być złożona przez Wykonawcę zgodnie z załącznikiem nr 2 do Zapytania ofertowego nr P.272-11/FPM/2020 z dnia 26.06.2020 r. Zamawiający wskazuje, że w pkt. 15 Zapytania ofertowego wpisał, że nie dopuszcza do negocjacji ofert.

**6. „Cykl artykułów w prasie - min. 3 lokowania tematyczne” – prośba o doprecyzowanie, czy mają Państwo na myśli 3 artykuły, czy może 3 całe cykle poświęcone danemu tematowi?**

Zamawiający wyjaśnia, że działanie to będzie podlegało ocenie w ramach kryterium „Koncepcja kampanii - Atrakcyjność form udziału kampanii w prasie” i oczekuje przedstawienia propozycji od składającego ofertę.

7. Prośba o informację, co dokładnie należy dostarczyć Państwu w ramach przetargu do 13.07, co będzie podlegało ocenie na podstawie której zostanie wybrana agencja do realizacji przetargu? Wypełnione oświadczenia i 2 zrealizowane kampanie? Czy dobrze rozumiemy, że realizacja strategiczna i graficzna kampanii „#DziękujemyŻePijecieMleko” odbędzie się dopiero po wyborze agencji? Wybór agencji odbywa się poprzez ocenę zrealizowanych wcześniej przez daną agencję kampanii, zgadza się?

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. Oferta finansowa powinna być złożona przez Wykonawcę zgodnie z załącznikiem nr 2 do Zapytania ofertowego nr P.272-11/FPM/2020 z dnia 26.06.2020 r. Zamawiający nie narzucił formy złożenia oferty merytorycznej, która będzie podlegała ocenie zgodnie z kryterium „koncepcja kampanii”. Zamawiający oczekuje złożenia oferty, w której opisane i zaprezentowane przez Państwa działania będą odpowiedzią na zapytanie ofertowe.

Za najkorzystniejszą ofertę zostanie uznana oferta, która w wyniku oceny otrzyma największą liczbę punktów stanowiących sumę punktów za kryterium „cena” i kryterium „koncepcja kampanii”.

8. Czy możemy poprosić o edytowalne (w Word) wersje formularza ofertowego wraz z załącznikami?

Zamawiający zgodnie pkt. 22 Zapytania Ofertowego wpisał, że nie udostępnia edytowanych wzorów załączników z uwagi na potrzebę zachowania porównywalności ofert oraz w celu uniknięcia zamierzonej bądź przypadkowej zmiany treści załącznika mogącej skutkować niezgodnością oferty z wymogami zapytania ofertowego.

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

  
**Mirosław Kluczyński**