

Warszawa, dnia 14.10.2022 r.

## WYJAŚNIENIE TREŚCI SPECYFIKACJI WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

**Dotyczy: znak postępowania: O.OZP.260.65.8.2022**

Na podstawie art. 135 ust. 2 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych, Zamawiający Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego PZH – Państwowy Instytut Badawczy zawiadamia, że w postępowaniu „**Ogólnopolska kampania edukacyjna, popularyzująca spożycie warzyw i owoców, jako grup produktów niezbędnych dla utrzymania optymalnej odporności organizmu**” wpłynęły wnioski o wyjaśnienie treści Specyfikacji Warunków Zamówienia następującej treści:

1. Dzień dobry, chciałabym podpytać o kwestię umieszczenia logotypów na billboardach - czy są jakieś ściśle wytyczne, których powinniśmy się trzymać? Jeśli logotypy będą zajmować znaczną część powierzchni graficznej chcemy dostosować do tego projekt.  
**Odpowiedź:** Logotypy przedstawione na projekcie graficznym billboardu o wymiarach 6m x 3m muszą być czytelne. Zamawiający przekaze szczegółowe informacje na temat układu logotypów, oznaczeń, które muszą znaleźć się na projekcie graficznym po wyłonieniu wykonawcy.
2. Pytanie dotyczy: zapisów związanych ze wskaźnikami kampanii OOH w 25 miastach do 20 tys. mieszkańców (region południowy, północny, centralny, zachodni, wschodni, śląski), uwzględnionych w tabeli – str. 5 zał. z Opiszem Przedmiotu Zamówienia. W treści dotyczącej wymagań oczekujecie Państwo m.in. realizacji kampanii na billboardach o wymiarach 6mx3m, min. 10 tablic w każdym mieście.

W związku z powyższymi zapisami zwracamy się do Państwa z prośbą o weryfikację ww. warunków zamówienia i odpowiedź na pytanie - czy intencją Zamawiającego jest realizacja kampanii we wskazanych proporcjach w każdym z wyszczególnionych miast i regionów? Czy dopuszczacie Państwo możliwość zmiany? Wniosek: prosimy o zmianę warunków zamówienia i powyższych zapisów na:

- 250 billboardów o wymiarach 12-18 m<sup>2</sup> – w miastach do 100 tys. mieszkańców,
- 120 billboardów o wymiarach 12-18 m<sup>2</sup> – w miastach od 100 do 250 tys. mieszkańców,
- oraz dostosowanie nośników w miastach do liczby ich mieszkańców, bez warunku określającego emisję minimalnej ilości ich liczby jako nie mniejszej niż wskazane ilości.

Uzasadnienie: wg najlepszej posiadanej przez nas wiedzy żaden z uczestników rynku OOH w Polsce nie spełnia aktualnie warunku posiadania nośników w ilościach i proporcjach

pozwalających spełnić wymogi ilościowe i proporcjonalne z treści zamówienia. Nie ma w Polsce takiego potencjału nośników outdoorowych u wszystkich dostawców. W formacie od 12 do 18m<sup>2</sup> potencjał wszystkich dostawców – biorąc pod uwagę wykaz dostawców (w tym rezerwacje) nie pozwoli na zrealizowanie kampanii o wskazanych w zamówieniu parametrach. W miastach do 20 tys. mieszkańców często znajdują się max. 1-2 nośniki o wskazanych w zamówieniu parametrach, dodatkowo bez możliwości uwzględnienia w media planie lokalizacji wskazanych przez Zamawiającego. Należy również zauważyć, iż część nośników reklamowych jest uwzględniona w stałych kontraktach rocznych, tym samym nie są dostępne do realizacji kampanii krótkookresowych. Tylko zaproponowane zmiany ilościowe na nośnikach oraz w wielkości miast pozwolą na zaplanowanie i zrealizowanie kampanii z możliwie efektywnym wykorzystaniem potencjału zasięgowego outdooru, pozwalającego możliwie optymalnie dotrzeć do wskazanych w zamówieniu grup docelowych. Prosimy o przychylenie się do naszej prośby.

**Odpowiedź:** Celem kampanii jest dotarcie z informacją popularyzującą spożycie warzyw i owoców, jako grup produktów niezbędnych do utrzymania optymalnej odporności organizmu, do mieszkańców małych i średnich miast w Polsce. Wielkość aglomeracji została określona w OPZ.

Zamawiający nie wyraża zgody na zmianę parametrów na parametry wskazane w pytaniu.

Zamawiający nie zastrzegł podwykonawstwa w przedmiotowym postępowaniu, w związku z tym dopuszczalny jest zakup nośników w postaci billboardów od wielu dostawców.

3. Czy jest możliwość uwzględnienia przy składaniu oferty miejscowości z większą liczbą ludności niż w zamówieniu? Z zachowaniem równomiernego obciążenia tablic na wymienione w ogłoszeniu regiony.

Ze względu na różne uwarunkowania ( uchwały, ustawy) - format 6x3m - nie istnieje w większości takich miast, co niestety utrudnia spełnienie warunków ogłoszenia.

**Odpowiedź:** Celem kampanii jest dotarcie z informacją popularyzującą spożycie warzyw i owoców, jako grup produktów niezbędnych do utrzymania optymalnej odporności organizmu, do mieszkańców małych i średnich miast w Polsce. Wielkość aglomeracji została określona w OPZ i nie podlega zmianie.

4. Z uwagi na to, że w miastach do 20 tys. mieszkańców tablice o wymaganym formacie – 6mx3m praktycznie nie występują, a w miastach od 20 tys. do 100 tys. występują w pojedynczych sztukach. W związku z tym zwracamy się z pytaniem czy jest możliwa zmiana formatu z 6mx3m na 5mx2m. ?

**Odpowiedź:** W przypadku gdy nie będzie możliwości zakupu billboardów w mieście o wskazanej liczbie mieszkańców, Zamawiający dopuszcza zmianę wielkości formatu na format: 5mx2m.

5. Zwracamy się z prośbą o przedłużenie terminu składania ofert do 21.10.2022.

**Odpowiedź:** Zamawiający nie wyraża zgody na przedłużenie terminu składania ofert do 21.10.2022r.