



Warszawa, 16.04.2021 r.

Nr sprawy: SZP.250.5.2021

Nazwa zamówienia: USŁUGA OPRACOWANIA I REALIZACJI KAMPANII INFORMACYJNO-PROMOCYJNEJ SZKOŁY GŁÓWNEJ GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE”.

Zamawiający Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie na podstawie art. 284 ust. 2 i 6 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (tj. Dz.U. z 2019 r. poz. 2019 z późn.zm.) zwanej dalej ustawą, informuje iż do Zamawiającego wpłynęły następujące pytania dotyczące Specyfikacji Warunków Zamówienia, na które poniżej udziela odpowiedzi:

PYTANIE 1

W nawiązaniu do wszczętego postępowania, Wykonawca zwraca się z prośbą o wydłużenie terminu składania ofert o 7 dni. Biorąc pod uwagę sytuację pandemiczną i pracowników będących na zwolnieniach lekarskich oraz zakres merytoryczny, który ma zawierać oferta wyznaczony termin przez Zamawiającego jest nierealny do przygotowania Oferty.

ODPOWIEDŹ:

Zamawiający przesuwając termin otwarcia ofert na 27.04.2021 godzina 10:00

PYTANIE 2

W wymienionych obowiązkach Wykonawcy jest m.in. zapewnienie publikacji reklamy w formie rozkładówki w Informatorze dla Maturzystów na 2022 oraz kolejnym 2023, natomiast w formularzu cenowym nie ma miejsca w którym to wpisać. W którym miejscu w formularzu cenowym Wykonawca ma umieścić ten koszt?

ODPOWIEDŹ:

Zamawiający dokonuje modyfikacji Załącznik nr 9 do SWZ – Kalkulacja ceny ofertowej wprowadzając pozycję nr .3 Publikacja reklamy w formie rozkładówki w Informatorze dla Maturzystów na 2022 oraz kolejnym 2023 roku.

PYTANIE 3

Czy Wykonawca w ramach strategii może zarekomendować inne narzędzia, kanały do kampanii? Jeśli tak, gdzie w formularzu cenowym Wykonawca ma je uwzględnić?

ODPOWIEDŹ:

Zamawiający przewiduje możliwość wykorzystania dodatkowych form, kanałów i narzędzi komunikacji, jeśli wykorzystanie ich przewiduje przygotowana przez Wykonawcę strategia. Kalkulację kosztów należy podać w Kalkulacji ceny ofertowej stanowiącej załącznik nr 9 do SWZ w wierszu „Inne, podać jakie”.

**Szkoła Główna
Gospodarstwa
Wiejskiego w Warszawie**

ul. Nowoursynowska 166
02-787 Warszawa
+48 22 593 10 10
rektor@sggw.edu.pl
www.sggw.pl

Rektor

Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie



PYTANIE 4

Wykonawca ma prowadzić płatne działania na kanale You Tube. Czy wiadomo ile filmów ma być promowanych w ciągu trwania umowy? Czy działania na You Tube będą stałe czy będą zgłaszane Wykonawcy w miarę potrzeb Zamawiającego?

ODPOWIEDŹ:

Nie jest określona liczba filmów do promowania, Wykonawca powinien wskazać określony budżet na promocję, a działania promocyjne będą prowadzone do wykorzystania środków

PYTANIE 5

Proszę o podanie jaka jest szacunkowa wartość zamówienia netto.

ODPOWIEDŹ:

Szacunkowa wartość zamówienia netto to 580 000,00 zł

PYTANIE 6

Jaki jest budżet przeznaczony na opracowanie i realizację kampanii informacyjno-promocyjnej SGGW (cz. I postępowania) oraz na opracowanie, przygotowanie i realizację spotów Video (cz. II postępowania)?

ODPOWIEDŹ:

Zamawiający zgodnie z treścią **art. 222 ust. 4 ustawy** najpóźniej przed otwarciem ofert, poda na stronie internetowej prowadzonego postępowania **informację o kwocie, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia.**

PYTANIE 7

Z czego wynika tak krótki termin na przygotowanie oferty przetargowej? W celu przygotowania jakościowej, kompleksowej i optymalnej cenowo oferty, prosimy o wydłużenie terminu składania ofert o dodatkowy tydzień.

ODPOWIEDŹ:

Zamawiający przesuwa termin otwarcia ofert na 27.04.2021 godzina 10:00

PYTANIE 8

Kalkulacja ceny ofertowej (załącznik nr 9 do SWZ) nie zawiera pozycji dotyczących kosztów agencyjnych związanych z opracowaniem strategii; przygotowaniem projektów graficznych czy obsługą projektu. Czy załącznik nr 9 mamy rozbudować o dodatkowe, nieuwzględnione przez Zamawiającego pozycje? Czy mamy przygotować dodatkowy załącznik obejmujący wszystkie pozycje, które nie zostały uwzględnione w „kalkulacji ceny ofertowej”?

ODPOWIEDŹ:

Formularz ofertowy został rozbudowany o dodatkowy punkt " Inne, podać jakie", w którym Wykonawca powinien wpisać koszty agencyjne poniesione w ramach przygotowania strategii oraz wszelkie inne nie wymienione w formularzu ofertowym.

PYTANIE 9

Czy możemy prosić o przesłanie załączników do SWZ w formie plików otwartych?

ODPOWIEDŹ:

Zamawiający udostępni na stronie internetowej przy przedmiotowym ogłoszeniu załączniki do SWZ w wersji edytowalnej.

PYTANIE 10

Na jaki okres zostaną przekazane prawa autorskie Zamawiającemu?

ODPOWIEDŹ:

Rektor

Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie



Prawa autorskie przekazywane są na czas nieokreślony

PYTANIE 11

Czy Kampanię płatną będzie realizował Zamawiający korzystając z karty płatniczej Wykonawcy? Czy w związku z tym Wykonawca musi realizować działania płatne na wskazanych przez Zamawiającego kanałach społecznościowych? Jeśli tak to z jakiego budżetu? W jaki sposób będzie rozliczany wydany budżet z określonych linii budżetowych w zamówieniu – w systemie miesięcznym?

ODPOWIEDŹ:

Kampania płatna w mediach społecznościowych będzie realizowana przez Zamawiającego z wykorzystaniem kart płatniczych Wykonawcy. Budżet na poszczególne kanały społecznościowe (FB+Insagram = 30 tys. zł, LinkedIn = 10 tys. zł) będzie realizowany przez cały okres trwania umowy, do wyczerpania środków. Wydatkowany budżet będzie rozliczany w systemie miesięcznym.

PYTANIE 12

W briefie jest napisane „kampania będzie prowadzona pod ogólną nazwą „Rozwiń się w SGGW”. Nie wiemy, jaką funkcję ma to pełnić w komunikacji? Czy ma to być hasło przewodnie komunikacji, czy może claim?

ODPOWIEDŹ:

W opz zostało określone, że kampania ma być prowadzona pod nazwą „Rozwiń się w SGGW”. Należy rozumieć to jako hasło przewodnie całej opracowanej strategii kampanii.

PYTANIE 13

Na materiałach kreatywnych dostępnych w sieci „Rozwiń się w SGGW” funkcjonuje jako jedno z haseł, inne mają schemat „Zrób (coś) w SGGW” a formę claimu przyjmuje „Wiemy wszystko o życiu” - czy to jest określony schemat/wytyczne do komunikacji? Czy tą komunikację możemy zmienić?

ODPOWIEDŹ:

SGGW w komunikacji posługuje się różnymi hasłami, które zostały określone w Księdze Identyfikacji Wizualnej znajdującej się na stronie uczelni. Kampania będąca przedmiotem postępowania przetargowego będzie realizowana pod hasłem „Rozwiń się w SGGW”. Warto jednak zwrócić uwagę na konstrukcję graficzną hasła. Zgodnie Księgą „w SGGW” zawsze jest w osobnej linii, oddzielone od reszty.

PYTANIE 14

Czy możemy uzyskać dodatkowe, pogłębione informacje dotyczące grupy docelowej? Czy dysponują Państwo badaniami w tym zakresie?

ODPOWIEDŹ:

SGGW nie dysponuje danymi, które można by przekazać w związku z realizacją przedmiotowego postępowania.

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie występując jako Zamawiający w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego w trybie podstawowym bez negocjacji działając zgodnie z art.284 ust.2 ustawy z dnia 11września 2019r. -Prawo zamówień publicznych (Dz.U. z 2019 r.,poz.2019 ze zm.),na wnioski zainteresowanych, przedłuża termin składania i otwarcia ofert.

Nowy termin:

- **składanie ofert: 27.04.2021 godzina 09:15**
- **otwarcia ofert: 27.04.2021 godzina 10:00.**

Wprowadzone tym pismem zmiany są wiążące dla Wykonawców i należy je traktować jako zmianę treści SWZ zgodnie z art.286 ustawy Prawo zamówień publicznych.

Rektor

Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie



Zaktualizowana treść opisu przedmiotu zamówienia będącego załącznikiem nr 6.1 do SWZ oraz Załącznik nr 9 do SWZ – Kalkulacja ceny ofertowej - stanowią załączniki do niniejszego pisma. Uaktualniona załączniki zostały zamieszczone na stronie internetowej Zamawiającego przy przedmiotowym ogłoszeniu <http://szp.sggw.pl/?oid=490>

Wykonawcy zobowiązani są do uwzględnienia ww. zmian w składanych ofertach.

*prof. dr hab. Michał Jerzy Zasada – Rektor SGGW
podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym
data i podpis Zamawiającego*

**Szkoła Główna
Gospodarstwa
Wiejskiego w Warszawie**

ul. Nowoursynowska 166
02-787 Warszawa
+48 22 593 10 10
rektor@sggw.edu.pl
www.sggw.pl