

PROTOKÓŁ ZE WSTĘPNYCH KONSULTACJI RYNKOWYCH

prowadzonych na podstawie art. 84 Ustawy Pzp

Zamawiający w dniu 15 maja 2026 r. ogłosił na stronie internetowej „Informację o wstępnych konsultacjach rynkowych w celu przygotowania postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na „Kompleksową organizację ogólnopolskiej kampanii informacyjnej poprzedzającej otwarcie wystawy stałej oraz wydarzeń i projektów związanych z otwarciem ekspozycji Muzeum Historii Polski w Warszawie”.

Do udziału we wstępnych konsultacjach rynkowych zgłosił się podmiot: **Agencja Reklamowa DSK sp. z o.o., ul. Niedźwiedzia 10, 02-737 Warszawa**, zwany dalej Wykonawcą. Wstępne konsultacje rynkowe odbyły się w dniu 10 czerwca 2026 r.

W spotkaniu uczestniczyli:

- 1) ze strony Zamawiającego:
 - Marcin Napiórkowski
 - Gabriela Sierocińska-Dec
 - Krzysztof Niewiadomski
 - Alicja
 - Anna Kucharska
 - Marta Chodaniecka
- 2) ze strony Wykonawcy:
 - Paulina Kukwa
 - Jacek Domański

Zamawiający na wstępie wyjaśnił, że wstępne konsultacje rynkowe służą przygotowaniu postępowania, którego przedmiotem będzie „kompleksowa organizacja ogólnopolskiej kampanii informacyjnej poprzedzającej otwarcie wystawy stałej oraz wydarzeń i projektów związanych z otwarciem ekspozycji Muzeum Historii Polski w Warszawie”. Zamawiający podczas konsultacji chciałby uzyskać informacje nt. jak optymalnie przeprowadzić postępowanie, a także jak właściwie określić poszczególne elementy składowe zamówienia oraz projektowane postanowienia umowy.

Zamawiający podejmuje środki mające na celu zapobieżeniu zakłócenia konkurencji z uwagi na udział Wykonawcy w konsultacjach polegające na zamieszczeniu protokołów ze wstępnych konsultacji rynkowych na stronie internetowej Zamawiającego.

Szczegółowy zakres konsultacji zawiera Załącznik nr 1 do Protokołu.

Na tym wstępne konsultacje rynkowe zostały zakończone.

Protokół opracowany przez:

Anna Kucharska – Dział zamówień publicznych

Marta Chodaniecka – Dział zamówień publicznych

ZAŁĄCZNIK NR 1 DO PROTOKOŁU

INFORMACJE UZYSKANE PRZEZ ZAMAWIAJĄCEGO PODCZAS WSTĘPNYCH KONSULTACJI RYNKOWYCH W CELU PRZYGOTOWANIA POSTĘPOWANIA O UDZIELENIE ZAMÓWIENIA PUBLICZNEGO NA KOMPLEKSOWĄ ORGANIZACJĘ OGÓLNOPOLSKIEJ KAMPANII INFORMACYJNEJ POPRZEDZAJĄCEJ OTWARCIE WYSTAWY STAŁEJ ORAZ WYDARZEŃ I PROJEKTÓW ZWIĄZANYCH Z OTWARCIEM EKSPOZYCJI MUZEUM HISTORII POLSKI W WARSZAWIE

W trakcie konsultacji rynkowych omówiono zagadnienia związane z przygotowaniem i realizacją kampanii informacyjnej poprzedzającej otwarcie wystawy stałej Muzeum Historii Polski. W pierwszej kolejności omówiono harmonogram przygotowania kampanii. Wykonawca wskazał, że działania komunikacyjne powinny zostać uruchomione około 2–3 miesiące przed planowanym otwarciem wystawy stałej. Zdaniem Wykonawcy taki okres pozwala na skuteczne budowanie zainteresowania odbiorców oraz osiągnięcie odpowiedniego zasięgu kampanii przed wydarzeniem.

W toku konsultacji podkreślono znaczenie przygotowania szczegółowego briefu stanowiącego element dokumentacji postępowania. Wykonawca wskazał, że brief powinien zawierać informacje dotyczące celów kampanii, grup docelowych, kontekstu otwarcia wystawy, oczekiwanych rezultatów oraz podstawowych założeń komunikacyjnych, co umożliwi wykonawcom przygotowanie porównywalnych ofert.

Przedmiotem dyskusji była również kwestia przeprowadzenia wizji lokalnej. Wykonawca rekomendował wprowadzenie obowiązkowej wizji lokalnej dla wszystkich wykonawców zainteresowanych udziałem w postępowaniu, wskazując, że pozwoli ona na właściwe poznanie specyfiki obiektu oraz lepsze zrozumienie charakteru planowanej kampanii.

W zakresie materiałów kreatywnych Wykonawca zwrócił uwagę na konieczność zapewnienia przez Zamawiającego odpowiednich zapisów umownych gwarantujących przeniesienie autorskich praw majątkowych do wszystkich utworów powstałych w ramach realizacji zamówienia, w szczególności spotów reklamowych, materiałów audiowizualnych, grafik oraz innych elementów kampanii.

Wykonawca wskazał również na zasadność uwzględnienia w dokumentacji postępowania zapisów dotyczących przeciwdziałania wykorzystywaniu sztucznego ruchu internetowego oraz botów wpływających na wyniki kampanii. Rekomendowano wprowadzenie obowiązków raportowania efektów działań promocyjnych oraz możliwości przeprowadzenia przez Zamawiającego audytu realizowanych działań i osiąganych wskaźników.

W toku konsultacji omówiono kwestię budżetu zamówienia. Wykonawca wskazał, że publikacja budżetu przeznaczonego na realizację kampanii może pozytywnie wpłynąć na jakość składanych ofert oraz umożliwić wykonawcom zaproponowanie rozwiązań adekwatnych do rzeczywistych możliwości finansowych Zamawiającego.

W odniesieniu do sposobu kalkulacji ofert Wykonawca rekomendował przyjęcie modelu opartego na wycenie poszczególnych kategorii działań i kanałów komunikacji wraz z określeniem minimalnych poziomów realizacji dla wybranych elementów kampanii. Takie rozwiązanie, zdaniem Wykonawcy, zwiększy transparentność postępowania oraz ułatwi porównanie ofert.

Przedmiotem konsultacji były również zasady rozliczania umowy. Wykonawca wskazał możliwość stosowania rozliczeń częściowych, realizowanych przykładowo w cyklach kwartalnych, uzależnionych od wykonania poszczególnych etapów kampanii oraz osiągania zakładanych rezultatów.

Wykonawca ocenił, że optymalny okres realizacji zamówienia powinien wynosić około dziewięciu miesięcy i obejmować zarówno etap przygotowania kampanii, jak i jej realizację oraz działania podsumowujące.

Omówiono również zagadnienie wskaźników efektywności kampanii. Wykonawca wskazał, że część wskaźników może mieć charakter stały i odnosić się do realizacji podstawowych celów kampanii, natomiast część powinna pozostawać elastyczna i umożliwiać dostosowanie do specyfiki poszczególnych grup docelowych oraz wykorzystywanych kanałów komunikacji.

W zakresie planowania mediów Wykonawca odradził wykorzystanie reklamy prasowej jako jednego z głównych kanałów komunikacji, wskazując na ograniczoną efektywność tego medium w porównaniu z nowoczesnymi kanałami cyfrowymi oraz działaniami audiowizualnymi.

W toku konsultacji poruszono również kwestię ewentualnego zobowiązania wykonawcy do współpracy ze wskazanym przez Zamawiającego podmiotem. Wykonawca zwrócił uwagę, że takie rozwiązanie może powodować trudności organizacyjne oraz wpływać na odpowiedzialność za realizację zamówienia. W związku z tym zarekomendowano wyłączenie tego rodzaju współpracy z zakresu postępowania lub uregulowanie jej poza umową zawieraną z wykonawcą wyłonionym w postępowaniu.

Wnioski i rekomendacje przedstawione podczas konsultacji zostaną wykorzystane przez Zamawiającego przy opracowywaniu opisu przedmiotu zamówienia, warunków udziału w postępowaniu, kryteriów oceny ofert oraz projektowanych postanowień umowy.

