



WWF Polska  
ul. Usypiskowa 11  
02-386 Warszawa

Tel: +48 22 660 44 33  
kontakt@wwf.pl  
www.wwf.pl

Warszawa, dnia 29.05.2023

## Wykonawcy

**Pytania Agencji do Zapytania Ofertowego nr WYD/2023/05/12 z dnia 08.05.2023: Opracowanie, przygotowanie i przeprowadzenie kampanii na rzecz certyfikowanego oleju palmowego, realizowanej w ramach działań PKZOP (Polskiej Koalicji ds. Zrównoważonego Oleju Palmowego)**

1. Skoro budżet to 150 tyś. zł brutto, to jaka jest kwota netto do zagospodarowania w ramach kampanii?

**Odpowiedź:**

Zakładana kwota netto wynosi przy kosmetycznym zaokrągleniu 122 000 PLN: dokładnie 121 951,22 netto + 28 048,78 (23% VAT).

2. Ile agencji zostało zaproszonych do przetargu?

**Odpowiedź:**

WWF Polska jako organizacja pozarządowa nie podlega pod Prawo Zamówień Publicznych. Przesłane przez nas Zapytanie Ofertowe jest zgodne z polityką zakupową Fundacji i ma na celu wybranie najlepszej jakościowo i konkurencyjnej cenowo oferty. Zapytanie jest otwarte, dostępne publicznie – zamieszczone na stronie internetowej WWF Polska i każda zainteresowana Agencja może wziąć udział w Zapytaniu.

3. Co obejmuje podany w briefie budżet?

**Odpowiedź:**

Zakładany budżet obejmuje realizację kampanii oraz koszty zakupu rekomendowanych przez agencję mediów.

4. Prosimy o podanie dyspozycyjności w najbliższych dniach na spotkanie debriefujące (questions & answers).

**Odpowiedź:**

Na chwilę obecną proponujemy następującą dyspozycyjność:

12.05. piątek: 09:00 - 11:30; 12:30 - 15:00

15.05. poniedziałek: 13:30 – 15:00

16.05. wtorek: 09:00 – 14:00

18.05. czwartek: 12:30 – 14:00

19.05. piątek: 12:30 – 15:00

5. Czy wymagane jest przez WWF Polska użycie w kampanii formatu OOH?

**Odpowiedź:**

Nie wymagamy w kampanii realizacji OOH. Zdajemy się na rekomendacje agencji, które formaty będą najefektywniejsze w ramach budżetu.

6. Czy wymagane jest przez WWF Polska zrobienie w ramach kampanii aktywacji?

**Odpowiedź:**

W briefie są zamieszczone przykładowe – niewymagane, a sugerowane kanały. Aktywacja została wymieniona, jako możliwa opcja, o ile agencja uzna, że będzie to najefektywniejszy sposób realizacji celów kampanijnych. Natomiast nie wymagamy zrobienia aktywacji.

7. Linki do materiałów, o które prosiły agencje, które były omawiane podczas spotkań:

- Skrócowa informacja prasowa ze strony RSPO: <https://rspo.org/rspo-scores-higher-than-other-sustainable-palm-oil-standards-according-to-new-report/>
- Raport IUCN (Międzynarodowej Unii Ochrony Przyrody) wspomniany wyżej: <https://www.iucn.nl/en/news/iucn-nl-compares-sustainability-certification-for-palm-oil-2/>
- Skrócowo wyjaśnione założenia certyfikacji i punktowo wymienione wymagania środowiskowe: <https://www.sustainablepalmoilchoice.eu/what-is-rspo-certified-sustainable-palm-oil/>
- <https://www.europarl.europa.eu/news/pl/press-room/20230414IPR80129/parlament-przyjmuje-nowe-przepisy-ktore-pomoga-w-walce-z-wylesianiem-na-swiecie>
- <https://olejpalnowy.com/wp-content/uploads/2020/03/Wp%C5%82yw-konsumpcji-oleju-palmowego-w-Polsce-na-globalne-%C5%9Brodowisko-naturalne-i-analiza-mo%C5%BCliwo%C5%9Bci-jego-zast%C4%85pienia-przez-inne-oleje-ro%C5%9Blinne.pdf>
- <https://www.iucn.org/news/secretariat/201806/saying-no-palm-oil-would-likely-displace-not-halt-biodiversity-loss---iucn-report>
- <https://www.wwf.pl/olej-w-kryzysie-czyli-fakty-i-mity-o-oleju-palmowym-w-obliczu-wojny-w-ukrainie>
- <https://www.consilium.europa.eu/pl/press/press-releases/2023/05/16/council-adopts-new-rules-to-cut-deforestation-worldwide/>
- <https://rspo.org/who-we-are/>

8. Gdzie będzie realizowana kampania?

**Odpowiedź:**

Kampania będzie realizowana na kanałach własnych WWF Polska oraz stronie PKZOP. Nie zamierzamy realizować kampanii na kanałach koalicjantów. Strona PKZOP zostanie zbudowana na nowo przed startem kampanii. Będzie możliwość dostosowania strony głównej na wymogi kampanii oraz umieszczenie na niej KV.

9. Czy agencja może zarekomendować harmonogram i daty kampanii?

**Odpowiedź:**

W briefie założony jest start kampanii. Daty realizacji i czas jej trwania należy oczywiście do rekomendacji agencji.

10. Czy konieczne jest wymyślenie mechaniki promocji?

**Odpowiedź:**

Jak pisaliśmy w punkcie 6. - nie wymagamy zrobienia aktywacji podczas kampanii, a co za tym idzie - również mechaniki.

11. Czy WWF Polska zamierza wykonać badania opinii publicznej nt. oleju palmowego?

**Odpowiedź:**

Zamierzamy zrobić badanie opinii publicznej przed i po kampanii.

11. Czy możemy stworzyć listę produktów, które stosują certyfikat RSPO?

**Odpowiedź:**

Nie chcemy promować produktów. Kampania ma mieć charakter edukacyjny, nie promocyjny.

12. Czy możemy zaproponować kilka linii kreatywnych i rozwiązań strategicznych?

**Odpowiedź:**

Oczywiście każda agencja może zaproponować więcej niż jedną linię.

