

Warszawa, dnia 17 grudnia 2018 r.

Wykonawcy ubiegający się
o udzielenie zamówienia

Dotyczy: postępowania pn. „Przygotowanie strategii, koncepcji kreatywnej oraz realizację kampanii edukacyjno-informacyjnych na rzecz upowszechniania korzyści z technologii cyfrowych”

znak: ZZ.2111.87.2018.MKR [KEI]

**WYJAŚNIENIE/ ZMIANA SIWZ
W POSTĘPOWANIU O UDZIELENIE ZAMÓWIENIA PUBLICZNEGO PROWADZONEGO
W TRYBIE DIALOGU KONKURENCYJNEGO**

I. Działając na podstawie art. 38 ust. 1 pkt 1) ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t. j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1579 ze zm.), zwanej dalej „ustawą Pzp, w związku z otrzymanymi pytaniami do treści SIWZ w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie dialogu konkurencyjnego, Zamawiający udziela wyjaśnień treści:

Pytanie 1:

Zważywszy, że kampania będzie realizowana w wielu mediach, w tym również w mediach offlinowych, na bazie doświadczenia spodziewamy się, że wygeneruje ona ruch na serwisach wskazanych w SIWZ niebędący wyłącznie przejściem bezpośrednim z danej kampanii internetowej, ale również wynikający z działania użytkownika będącego efektem kampanii, w widocznym w Google Analytics jako źródło, "organic" lub "direct".

Mając na uwadze powyższe, prosimy o potwierdzenie przez Zamawiającego, że do wskaźnika sukcesu opisanego w Załączniku nr 1 do Tomu I SIWZ - Tabela nr 3 - Wskaźniki zasięgowe pkt 3. (Liczba UU (unikalnych użytkowników), którzy wejdą na strony gov.pl lub obywatel.gov.pl lub strony e-usług publicznych z kampanii i materiałów realizowanych przez Wykonawcę w pojedynczym etapie kampanii oraz spędzą na tych stronach co najmniej 8 sekund) kolumna A i B wlicza się cały ruch zarejestrowany w przedmiotowych serwisach internetowych pochodzący ze wszystkich źródeł w czasie prowadzenia kampanii. Budżet przeznaczony na działania wyłącznie w internecie nie pozwala naszym zdaniem na osiągnięcie ani 200 000 UU w etapach 1-4 ani 150 000 UU w etapach 5-7.

Czy w związku z tym Zamawiający przewiduje zwiększenie budżetu na działania internetowe oraz skrócenie czasu spędzonego przez UU na stronach do 3 sekund lub zmniejszenie KPI dotyczących gov.pl lub obywatel.gov.pl lub stronach e-usług publicznych ?

Odpowiedź 1:

Zamawiający wyjaśnia, że wskazał źródła ruchu na stronach gov.pl lub obywatel.gov.pl lub innych stron e-usług publicznych w §7 ust. 1 lit. a) oraz ust. 2 lit. a) SIWZ Tom III - Wór umowy. Zgodnie z przywołaną treścią wzoru umowy, do źródeł ruchu na stronach gov.pl lub obywatel.gov.pl lub innych stron e-usług publicznych zaliczają się wyłącznie unikalni użytkownicy, którzy zostali przekierowani z działań internetowych prowadzonych przez Wykonawcę w ramach Przedmiotu Umowy. Takie podejście potwierdza również treść SOPZ (str. 17 i 18) w punkcie „Działania w internecie – minimalne parametry zasięgowe i rzeczowe”.

Strony internetowe gov.pl lub obywatel.gov.pl lub e-usług publicznych funkcjonują w sieci i świadomości obywateli od kilku lat i są odwiedzane organicznie i bezpośrednio przez użytkowników, niezależnie od realizowanej kampanii. Z tego względu zaliczanie tego typu ruchu do wskaźników kampanii nie ma żadnej podstawy prawnej ani faktycznej.

Ponadto, Zamawiający informuje, że zgodnie z założeniami kampanii opisanymi w SIWZ Tom II – Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia (SOPZ), Wykonawca może zaproponować różnorodne działania i formaty internetowe, które będą przekierowywały jakościowy ruch na strony internetowe gov.pl lub obywatel.gov.pl lub strony e-usług publicznych.

Wśród działań internetowych Wykonawca może także zaproponować działania realizowane we współpracy z instagramerami (Zadanie 4.5.2) oraz z influencerami (Zadanie 4.5.3), a także działania uzupełniające (Zadanie 4.6.2). Zgodnie z treścią wyjaśnień z dnia 10.12.2018 r.

„Wykonawca może zaproponować wśród działań uzupełniających emisję formatów reklamowych (np. display, video itp.) na portalach horyzontalnych / portalach wertykalnych / stronach tematycznych / stronach internetowych wchodzących w skład grupy danego portalu horyzontalnego, w celu zwiększenia zasięgu kampanii lub uzupełnienia działań kontentowych prowadzonych na tych stronach internetowych”.

II. Działając na podstawie art. 38 ust. 4 ustawy Pzp, Zamawiający dokonuje zmiany treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia (zwanej dalej „SIWZ”).

Zmiana 1:

Zamawiający informuje, iż przesuwam termin składania i otwarcia ofert tj. Oferty należy złożyć do dnia 24.12.2018 r., do godz. 09:30. Otwarcie ofert nastąpi w dniu 24.12.2018 r., o godz. 10:00.

Zmiana 2:

W pkt 4. Informacja w ramach kryterium oceny ofert zgodnie z Rozdziałem XIV Tomu I SIWZ – IDW – w pozycji nr 3 w Tabeli nr 3 – Wskaźniki zasięgowe, zawartej w Załączniku nr 1 do Tomu I SIWZ – IDW:

Było:

„Liczba UU (unikalnych użytkowników), którzy wejdą na strony gov.pl lub obywatel.gov.pl lub strony e-usług publicznych z kampanii i materiałów realizowanych przez Wykonawcę w pojedynczym etapie kampanii oraz spędzą na tych stronach co najmniej 8 sekund”.

Po zmianie:

„Liczba UU (unikalnych użytkowników), którzy wejdą na strony gov.pl lub obywatel.gov.pl lub strony e-usług publicznych z działań internetowych prowadzonych przez Wykonawcę (tj. zostaną przekierowani z formatów reklamowych lub formatów kontentowych emitowanych w ramach niniejszego zamówienia) w pojedynczym etapie kampanii oraz spędzą na tych stronach co najmniej 8 sekund”.

Zmiana 3:

W pozycji nr 12.1 w Formularzu cenowym, stanowiącym Załączniku nr 2 do Tomu I SIWZ – IDW:

Było:

„Koszt pozyskania jednego UU (unikalnego użytkownika), który wejdzie na strony gov.pl lub obywatel.gov.pl lub strony e-usług publicznych z działań reklamowych prowadzonych przez Wykonawcę w pojedynczym etapie kampanii oraz spędzi na stronie docelowej co najmniej 8 sekund. Koszt obejmuje wyłącznie UU pozyskanych z działań reklamowych, a nie kontentowych. Działania kontentowe są wyceniane w innych pozycjach formularza ofertowego”.

Po zmianie:

„Koszt dotarcia do jednego UU (unikalnego użytkownika), który wejdzie na strony gov.pl lub obywatel.gov.pl lub strony e-usług publicznych z działań reklamowych prowadzonych w internecie przez Wykonawcę w pojedynczym etapie kampanii oraz spędzi na stronie docelowej co najmniej 8 sekund. Koszt obejmuje wyłącznie UU przekierowanych z formatów reklamowych zaplanowanych i wyemitowanych przez Wykonawcę, a nie z formatów kontentowych oraz z formatów emitowanych w ramach działań uzupełniających. Działania kontentowe i działania uzupełniające są wyceniane w innych pozycjach formularza ofertowego”.

Powyższe informacje należy traktować jako integralną część Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia zgodnie z art. 38 ustawy Pzp.

DYREKTOR FINANSOWY
Naukowej i Akademickiej Sieci Komputerowej


Tomasz Chabior

podpis Zamawiającego