Poznań, dnia 18 kwietnia 2018 r.

WUPXXV/4/3322/7/2018

**Wszyscy uczestnicy postępowania**

**Dotyczy postępowania o zamówienie publiczne, w trybie przetargu nieograniczonego,
pn. „Reklama w Internecie”**

Działając na podstawie art. 38 ust. 2 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t. j. Dz. U. z 2017 r., poz. 1579 ze zm.), Zamawiający przekazuje treść pytania, które wpłynęło od Wykonawcy wraz z wyjaśnieniami Zamawiającego.

**Pytanie:**

Prosicie Państwo o zaznaczenie, czy zastosujemy się do wymagań dotyczących cappingu 3. Co w przypadku jeżeli podczas emisji reklamy na części portali będzie możliwe ustalenie cappingu 3, a na innych nie? Na przykład - na trzech portalach jest możliwy capping 3, a na dwóch kolejnych nie. Co wówczas zaznaczyć?

**Odpowiedź:**

Zgodnie z rozdziałem XVI. *Opis kryteriów, którymi Zamawiający będzie się kierował przy wyborze oferty wraz z podaniem wag tych kryteriów i sposobu oceny ofert* pkt. 3 Specyfikacji Istotnych Warunków zamówienia (dotyczy części 1. i części 2.):

Szczegółowy opis kryterium pozacenowego:

Kampania internetowa z opcją cappingu 3 – ograniczenie liczby wyświetleń reklam pojedynczemu odbiorcy, maksymalny limit liczby kontaktów z reklamą, przypadających na jednego użytkownika, na podstawie zapisu cookie. Zamawiający wymaga, aby w ramach cappingu 3 limit liczby kontaktów z każdą z dwóch animowanych reklam (np. double billboardów) wynosił maksymalnie 3 wyświetlenia każdej z nich na dzień/unikalnego użytkownika.

Capping 3 – oznacza liczbę wyświetleń danej reklamy jednemu odbiorcy, tj. pojedynczy użytkownik zobaczy reklamę maksymalnie 3 razy/dobę.

W przypadku skorzystania przez Wykonawcę z możliwości uzyskania dodatkowych punktów w ramach kryterium pozacenowego w zakresie zastosowania w ramach kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie optymalizacji w formie cappingu 3, Wykonawca zobowiązany jest w Formularzu oferty wskazać, iż zapewni w ramach przedmiotu zamówienia realizację kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie z opcją cappingu 3 – ograniczenia liczby wyświetleń reklam pojedynczemu odbiorcy – dla jednego unikalnego użytkownika maksymalnie 3 wyświetlenia na dzień każdej z dwóch animowanych reklam (np. double billboardów) na każdym z pięciu lokalnych lub regionalnych portali/ serwisów internetowych. W przypadku, gdy Wykonawca nie wskaże, że zapewni spełnienie kryterium pozacenowego otrzyma w takim przypadku 0 punktów.

W przypadku zastosowania modelu flat fee i jednoczesnym zadeklarowaniu przez Wykonawcę spełnienia pozacenowego kryterium odnoszącego się do cappingu 3 w ramach kampanii informacyjno - promocyjnej, Zamawiający uzna za wystarczające stosowanie cappingu 3 w odniesieniu do reklam emitowanych w ramach modelu CPM.

**Tym samym Wykonawca przystępując do realizacji przedmiotu zamówienia, zobowiązany jest do dokonania wyboru portali/serwisów internetowych zgodnie z Opisem Przedmiotu Zamówienia, równocześnie mając na uwadze możliwość spełnienia kryterium pozacenowego.**

Powyższe informacje należy traktować jako integralną część specyfikacji istotnych warunków zamówienia.

Barbara Wyrzykiewicz

 p.o. Kierownika
 Wydziału ds. Zamówień Publicznych

 Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Poznaniu