Poznań, dnia 14 maja 2019 r.

WUPXXV/1/3322/4/2019

**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 2018 r., poz. 1986) Zamawiający przekazuje treść pytania, które wpłynęło od Wykonawcy oraz wyjaśnienia Zamawiającego.

**Pytanie:**

*Czy szacunkowa liczba odsłon określona w pkt 7 załącznika 4 Specyfikacji zamówienia
tj. "Kampania CPM [...] Szacunkowa liczba odsłon każdej z dwóch reklam
na każdym z pięciu portali przez cały okres trwania kampanii – co najmniej 50 000 odsłon"*

*Odnosi się do odsłon min. 50.000 dla jednego portalu w całości kampanii
(tj. w cz. I i II), czy jest sumą odsłon dla wszystkich 5 portali przez cały okres trwania kampanii, czy konkretnej jej części?*

**Odpowiedź:**

*Zgodnie z punktem 7 Załącznika nr 4 do SIWZ oraz punktem 7 Załącznika
nr 5 do SIWZ: szacunkowa liczba odsłon* ***każdej z dwóch reklam na każdym z pięciu portali******przez cały okres trwania kampanii – co najmniej 50 000 odsłon.***

*Powyższe oznacza, iż w ramach realizacji każdej z dwóch części zamówienia (część I, część II) Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia co najmniej 50 000 odsłon każdej
z reklam na każdym z pięciu portali – jednak przez cały okres trwania kampanii.*

*Tym samym Zamawiający wymaga, aby każda pojedyncza reklama na każdym portalu przez cały okres trwania kampanii (I i II etap) została odtworzona co najmniej 50 000 razy.*

*W ramach realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca wraz z media planem kampanii, przedstawi Zamawiającemu plan emisji każdej z dwóch reklam internetowych zawierający szacunkowa liczbą odsłon na każdym z portali.*

Barbara Wyrzykiewicz

p.o. Kierownika

Wydziału ds. Zamówień Publicznych

Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Poznaniu