

Toruń, 14.01.2021 r.

WZP.272.51.2020

## ODPOWIEDZI NA PYTANIA

Informuję, iż w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego na usługę społeczną, której przedmiotem jest przygotowanie i realizacja internetowej kampanii informacyjno-promocyjnej dedykowanej terenom inwestycyjnym wybranych gmin województwa kujawsko-pomorskiego wpłynęły pytania, których treść wraz z odpowiedziami zamieszczam poniżej:

1. „Pytanie dotyczące SIWZ XIII. 1.2. We wzorze nie wiadomo jakie "punkty" mają Państwo na myśli.  
Proszę o wyjaśnienie i wyliczenie przykładowej punktacji w momencie gdy czterech różnych Wykonawców zaoferuje poniższe wartości w formularzu ofertowym:  
"Oświadczamy, iż liczba unikalnych użytkowników, jaką zamierzam osiągnąć na każdej ze stron internetowych dla każdego z Partnerów projektu wyniesie (zaznaczyć krzyżykiem!):"  
- Powyżej 10 000 unikalnych użytkowników – należy wskazać konkretną liczbę  
OFERENT A: 10 000  
OFERENT B: 50 000  
OFERENT C: 60 000  
OFERENT D: 1 000 000

Proszę o wyliczenie punktacji każdego Wykonawcy według wzoru SIWZ XIII. 1.2”

### Odpowiedź Zamawiającego:

W odpowiedzi na pytanie posłużymy się poniższymi informacjami z SIWZ działo XIII ppkt. 1.2

$$PL = \frac{\text{liczba punktów badanej oferty}}{\text{liczba punktów oferty z największą ilością punktów}} \times 100 \times 50\%$$

Gdzie PL – liczba punktów w kryterium „Liczba unikalnych użytkowników”

Ocena będzie dokonywana na podstawie liczby unikalnych użytkowników zadeklarowanych w Ofercie przez Wykonawcę, którą Wykonawca będzie zobowiązany osiągnąć na każdej ze stron internetowych dla każdego z Partnerów projektu.

1 pkt – każdy dodatkowy 1 000 unikalnych użytkowników, na każdej ze stron Partnerów projektu dodany do liczby 10 000 unikalnych użytkowników.

0 pkt – Oferent zaproponuje unikalną liczbę użytkowników na każdej ze stron Partnerów projektu w wysokości 10 000 unikalnych użytkowników.

Oferty zawierające osiągnięcie mniej niż 10 000 unikalnych użytkowników na każdej ze stron internetowych każdego z Partnerów projektu będą odrzucone.

### Rozwiązanie

Aby rozstrzygnąć, która z Ofert uzyska najwyższą liczbę punktów w kryterium „liczba unikalnych użytkowników”, niezbędne jest wzięcie pod uwagę wszystkich Ofert spełniających kryteria (nie podlegających odrzuceniu), w których określono deklarowaną do osiągnięcia liczbę unikalnych użytkowników, na każdej ze stron partnerów projektu.

Przyznanie punktacji odbywa się dwuetapowo. Posługując się przedstawionym przykładem, wygląda to następująco:

- I. Pierwszym etapem będzie przyznanie punktów dla każdej z Ofert, które następnie zostaną podstawione do wzoru „PL”.
  - 1) Oferent A – uzyskuje 0 pkt, ponieważ zadeklarowana przez Oferenta liczba unikalnych użytkowników, na każdej ze stron Partnerów projektu wynosi 10 000, co stanowi wymagane minimum i nie podlega premiowaniu.
  - 2) Oferent B – uzyskuje 40 pkt za zadeklarowane przez Oferenta 50 000 UU, tj. za dodatkowe 40 000 UU dodane do minimalnej wymaganej liczby unikalnych użytkowników, tj. 10 000.
- 3) Oferent C – uzyskuje 50 pkt za zadeklarowane przez Oferenta 60 000 UU, tj. za dodatkowe 50 000 UU dodane do minimalnej wymaganej liczby unikalnych użytkowników, tj. 10 000.

$$60\ 000\ \text{UU} - 10\ 000\ \text{UU} = 50\ 000\ \text{UU}$$

$$50\ 000\ \text{UU to } 50\ \text{pkt}$$

- 4) Oferent D – uzyskuje 990 pkt za zadeklarowane przez Oferenta 1 000 000 UU, tj. za dodatkowe 990 000 UU dodane do minimalnej wymaganej liczby unikalnych użytkowników, tj. 10 000.

$$1\ 000\ 000\ UU - 10\ 000\ UU = 990\ 000\ UU$$

990 000 UU to 990 pkt

II. W drugim etapie uzyskaną punktację podstawiamy pod wzór z pkt XIII SIWZ ppkt. 1.2

1) **Oferent A**

**Oferta uzyskała 0 pkt**

2) **Oferent B**

$$PL = \frac{40}{990} \times 100 \times 50\%$$

***PL = 2,02 pkt***

3) **Oferent C**

$$PL = \frac{50}{990} \times 100 \times 50\%$$

***PL = 2,53 pkt***

4) **Oferent D**

$$PL = \frac{990}{990} \times 100 \times 50\%$$

***PL = 50 pkt***

**Po podstawieniu punktów do wzoru, wynika iż Oferent, który w Ofercie zaproponował liczbę unikalnych użytkowników na każdej ze stron Partnerów projektu w wysokości 1 000 000 uzyskał najwyższą punktację, tj. 50 pkt w kryterium 1.2 „Liczba unikalnych użytkowników”.**

2. *Czy Zamawiający dopuszcza możliwość przesunięcia częściowych liczb pozyskanych użytkowników pomiędzy narzędziami zaproponowanymi w harmonogramie przez Wykonawcę, tak aby łącznie uzyskać zakładaną liczbę unikalnych użytkowników?  
Przykład: wg harmonogramu narzędzia A i B miały przynieść po 10 użytkowników (łącznie 20), finalnie narzędzie A przyniosło 5 użytkowników, a narzędzie B 15 użytkowników. Czy takie rozwiązanie zostanie uznane za spełnienie warunków umowy?*

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Zgodnie z zapisami w projekcie umowy (§ 2), warunki zostaną spełnione gdy zadeklarowana w Ofercie liczba unikalnych użytkowników na każdej ze stron Partnerów projektu, zostanie osiągnięta. Zamawiający nie wymaga określenia w Ofercie częściowych wartości wskaźnika liczby unikalnych użytkowników dla poszczególnych narzędzi.

3. *Jaka rolę w kampanii ma pełnić nazwa Expressway? Czy Wykonawca powinien używać tego określenia w haśle i w pozostałych elementach kampanii jako oficjalnej nazwy terenów inwestycyjnych województwa kujawsko-pomorskiego?*

**Odpowiedź Zamawiającego:**

„Expressway – promocja terenów inwestycyjnych” jest nazwą projektu w ramach którego współfinansowana jest realizacja przedmiotu zamówienia. Wobec czego w haśle kampanii nie jest konieczne użycie określenia „Expressway”.

4. *dot. OPZ, pkt. X B1  
Zwracamy się do Zamawiającego z pytaniem, jaki okres będzie brany pod uwagę przy obliczaniu 10 000 unikalnych użytkowników? Czy Zamawiający ma na myśli podsumowanie zbiorcze za okres prowadzenia kampanii po jej zakończeniu? Zwracamy uwagę, że zsumowana liczba unikalnych użytkowników raportowana w cyklu miesięcznym będzie inna niż za cały okres kampanii.*

**Odpowiedź Zamawiającego:**

Kampania musi być prowadzona do momentu osiągnięcia liczby unikalnych użytkowników zadeklarowanych w Ofercie. Jeśli Oferent zadeklaruje liczbę 10 000 unikalnych użytkowników, na każdej stronie Partnerów projektu, to musi prowadzić kampanię zgodnie z harmonogramem, do czasu osiągnięcia tej liczby, jednak nie dłużej niż do 31.08.2021 r. Zamawiający nie wymaga miesięcznych raportów. Wymagany jest natomiast raport obejmujący okres do dnia osiągnięcia liczby unikalnych użytkowników zadeklarowanych w Ofercie na każdej ze stron Partnerów projektu. Raport będzie obejmował termin osiągnięcia liczby unikalnych użytkowników zadeklarowanej w Ofercie na każdej ze stron Partnerów projektu.

5. *dot. OPZ, pkt. X B4 Zwracamy się do Zamawiającego z pytaniem, która wersja Google Analytics będzie używana do pomiarów u Partnerów: „Universal Analytics*

*Standard/360” czy dostępna od jesieni 2020 „Google Analytics 4:”, wymagająca innej implementacji w witrynie, inaczej zbierającej dane o użytkownikach, raportująca dane i pozbawiona pewnych funkcji dotychczasowego Analytics?*

*Zgodnie*

*z [https://support.google.com/analytics/answer/9408920?hl=pl&ref\\_topic=9303476](https://support.google.com/analytics/answer/9408920?hl=pl&ref_topic=9303476) będą występowały różnice w liczbie raportowanych użytkowników między tymi usługami. Oznacza to, że wszyscy Partnerzy projektu musieliby stosować tę samą wersję Google Analytics, aby zebrane dane były porównywalne i możliwe do użycia w podsumowaniach”.*

### **Odpowiedź Zamawiającego:**

Wykonawca powinien zdecydować, którą wersję Google Analytics wybierze do pomiarów i zastosować tę samą wersję do pomiaru u wszystkich Partnerów projektu.

6. *mam pytanie do postępowania wzp.272.5 odnośnie harmonogramu jak on ma wyglądać jak ma być rozpisany. czy w początkowym etapie ma być tylko słownie jak mamy zamiar kampanie prowadzić?*

### **Odpowiedź Zamawiającego:**

Szczegółowe informacje, w jaki sposób ma być prowadzona kampania zostały określone w SOPZ oraz SIWZ. Elementy, które musi zawierać harmonogram zostały opisane w SOPZ (pkt IX 1. c) – harmonogram realizacji kampanii musi uwzględniać wykorzystanie poszczególnych narzędzi oraz termin ich zastosowania, zgodnie z czasem trwania kampanii, tj.: od dnia 15 marca 2021 r. do dnia uzyskania przez Wykonawcę liczby unikalnych użytkowników, na każdej ze stron Partnerów projektu określonej w ofercie Wykonawcy, z zastrzeżeniem, że kampania nie może trwać dłużej niż do 31.08.2021 r. Narzędzia zaproponowane przez Wykonawcę powinny być jednakowe dla każdego Partnera projektu. Narzędzia zaproponowane w harmonogramie powinny być zaplanowane w taki sposób, by promocje z użyciem danego narzędzia dla danego Partnera nie konkurowały w tym samym czasie z promocją innego Partnera z tym samym narzędziem. Informacje, które musi zawierać opracowana przez Oferenta koncepcja kampanii zostały zawarte w SOPZ (pkt IX). Harmonogram kampanii może mieć kształt tabeli natomiast opis koncepcji, np. prezentacji multimedialnej. Wybór ostatecznej formy prezentacji koncepcji kampanii (w tym harmonogramu) zależy od Oferenta.

7. *mam pytanie do postępowania wzp.272.51 załącznik nr 5 wykaz dostaw. Nasz dział prawny uważa, że podawanie konkretnych dat i kwot realizacji danych firm jest nie do końca zgodne z prawem i powinniśmy mieć konkretne z Państwa strony informacje co z danymi danymi się stanie. A od klienta konkretną zgodę że możemy Państwu takie informacje udostępnić. Jest to tajemnica przedsiębiorstwa dla nas ile pobieramy za daną usługę oraz firmy ile za nią płaci. Ponadto Do wykazu należy dołączyć dokumenty*

*potwierdzające, że usługi zostały wykonane należycie. Czy Państwo wymagają raportów z wykonanych działań czy też dokumentów sprzedaży? jw. jest to dana wrażliwa i wyklucza ofertowanie Państwa postępowania. Jeśli te dane mają być przedstawione a następnie porównywane z Państwa postępowaniem jest to nie zgodne. Musimy mieć na uwadze jaki jest cel przedstawiania tak wrażliwych danych.*

**Odpowiedź Zamawiającego:**

W SIWZ Dział V pkt 2 – Opis sposobu przygotowania ofert – ppkt 5 w pkt 12-14 Zamawiający informuje, że Wykonawca może zastrzec informację stanowiące tajemnice przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, jeśli nie później niż w terminie składania ofert, Wykonawca zastrzegł, że nie mogą one być udostępniane.

W związku z odpowiedziami termin składania i otwarcia ofert zostaje zmieniony

Było:

Termin składania ofert 19.01.2021 r., godz. 10.00

Termin otwarcia ofert 19.01.2021 r., godz. 10.10

Jest:

Termin składania ofert 21.01.2021 r., godz. 10.00

Termin otwarcia ofert 21.01.2021 r., godz. 10.10

*Przewodniczący Komisji Przetargowej*

*/-/ Olgierd Sobkowiak*