

Ogłoszenie nr 592811-N-2020 z dnia 2020-10-05 r.

Wojewódzki Urząd Pracy: Usługa przygotowania i przeprowadzenia regionalnej kampanii internetowej informującej o możliwościach wsparcia w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020 (RPO WSL) oraz Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój na lata 2014-2020 (PO WER)

OGŁOSZENIE O ZAMÓWIENIU - Usługi

Zamieszczanie ogłoszenia: Zamieszczanie obowiązkowe

Ogłoszenie dotyczy: Zamówienia publicznego

Zamówienie dotyczy projektu lub programu współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej

Tak

Nazwa projektu lub programu

Zamówienie współfinansowane w ramach Pomocy Technicznej RPO WSL i Pomocy Technicznej PO WER

O zamówienie mogą ubiegać się wyłącznie zakłady pracy chronionej oraz wykonawcy, których działalność, lub działalność ich wyodrębnionych organizacyjnie jednostek, które będą realizowały zamówienie, obejmuje społeczną i zawodową integrację osób będących członkami grup społecznie marginalizowanych

Nie

Należy podać minimalny procentowy wskaźnik zatrudnienia osób należących do jednej lub więcej kategorii, o których mowa w art. 22 ust. 2 ustawy Pzp, nie mniejszy niż 30%, osób zatrudnionych przez zakłady pracy chronionej lub wykonawców albo ich jednostki (w %)

SEKCJA I: ZAMAWIAJĄCY

Postępowanie przeprowadza centralny zamawiający

Nie

Postępowanie przeprowadza podmiot, któremu zamawiający powierzył/powierzyli przeprowadzenie postępowania

Nie

Informacje na temat podmiotu któremu zamawiający powierzył/powierzyli prowadzenie postępowania:

Postępowanie jest przeprowadzane wspólnie przez zamawiających

Nie

Jeżeli tak, należy wymienić zamawiających, którzy wspólnie przeprowadzają postępowanie oraz podać adresy ich siedzib, krajowe numery identyfikacyjne oraz osoby do kontaktów wraz z danymi do kontaktów:

Postępowanie jest przeprowadzane wspólnie z zamawiającymi z innych państw członkowskich Unii Europejskiej

Nie

W przypadku przeprowadzania postępowania wspólnie z zamawiającymi z innych państw członkowskich Unii Europejskiej – mające zastosowanie krajowe prawo zamówień publicznych:

Informacje dodatkowe:

I. 1) NAZWA I ADRES: Wojewódzki Urząd Pracy, krajowy numer identyfikacyjny 27685569600000, ul. Kościuszki 30, 40-048 Katowice, woj. śląskie, państwo Polska, tel. 0 32 757 33 61, , e-mail wup@wup-katowice.pl, , faks -.

Adres strony internetowej (URL): <http://wup.katowice.ibip.pl/public/>

Adres profilu nabywcy:

Adres strony internetowej pod którym można uzyskać dostęp do narzędzi i urządzeń lub formatów plików, które nie są ogólnie dostępne

I. 2) RODZAJ ZAMAWIAJĄCEGO: Inny (proszę określić):

Jednostka organizacyjna samorządu województwa nieposiadająca osobowości prawnej.

I.3) WSPÓLNE UDZIELANIE ZAMÓWIENIA (jeżeli dotyczy):

Podział obowiązków między zamawiającymi w przypadku wspólnego przeprowadzania postępowania, w tym w przypadku wspólnego przeprowadzania postępowania z zamawiającymi z innych państw członkowskich Unii Europejskiej (który z zamawiających jest odpowiedzialny za przeprowadzenie postępowania, czy i w jakim zakresie za przeprowadzenie postępowania odpowiadają pozostali zamawiający, czy zamówienie będzie udzielane przez każdego z zamawiających indywidualnie, czy zamówienie zostanie udzielone w imieniu i na rzecz

pozostałych zamawiających):

I.4) KOMUNIKACJA:

Nieograniczony, pełny i bezpośredni dostęp do dokumentów z postępowania można uzyskać pod adresem (URL)

Tak

<http://wup.katowice.ibip.pl/public/?id=196633>

Adres strony internetowej, na której zamieszczona będzie specyfikacja istotnych warunków zamówienia

Tak

<http://wup.katowice.ibip.pl/public/?id=196633>

Dostęp do dokumentów z postępowania jest ograniczony - więcej informacji można uzyskać pod adresem

Nie

Oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu należy przesyłać:

Elektronicznie

Nie

adres

Dopuszczone jest przesłanie ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu w inny sposób:

Nie

Inny sposób:

Wymagane jest przesłanie ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu w inny sposób:

Tak

Inny sposób:

pisemnie

Adres:

Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach, ul. Kościuszki 30, 40-048 Katowice

Komunikacja elektroniczna wymaga korzystania z narzędzi i urządzeń lub formatów plików, które nie są ogólnie dostępne

Nie

Nieograniczony, pełny, bezpośredni i bezpłatny dostęp do tych narzędzi można uzyskać pod adresem: (URL)

SEKCJA II: PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

II.1) Nazwa nadana zamówieniu przez zamawiającego: Usługa przygotowania i przeprowadzenia regionalnej kampanii internetowej informującej o możliwościach wsparcia w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020 (RPO WSL) oraz Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój na lata 2014-2020 (PO WER)

Numer referencyjny: PN/10/2020

Przed wszczęciem postępowania o udzielenie zamówienia przeprowadzono dialog techniczny

Nie

II.2) Rodzaj zamówienia: Usługi

II.3) Informacja o możliwości składania ofert częściowych

Zamówienie podzielone jest na części:

Nie

Oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu można składać w odniesieniu do:

Zamawiający zastrzega sobie prawo do udzielenia łącznie następujących części lub grup części:

Maksymalna liczba części zamówienia, na które może zostać udzielone zamówienie jednemu wykonawcy:

II.4) Krótki opis przedmiotu zamówienia (wielkość, zakres, rodzaj i ilość dostaw, usług lub robót budowlanych lub określenie zapotrzebowania i wymagań) **a w przypadku partnerstwa**

innowacyjnego - określenie zapotrzebowania na innowacyjny produkt, usługę lub roboty

budowlane: Przedmiotem zamówienia jest usługa przygotowania i przeprowadzenia regionalnej kampanii internetowej informującej o możliwościach wsparcia w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020 (RPO WSL) oraz Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój na lata 2014-2020 (PO WER) w zakresie działań wdrażanych przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach I. KAMPANIA RPO WSL 1. Prezentacja przedmiotu kampanii Przedmiotem kampanii jest promocja możliwości oraz efektów wsparcia w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego w ramach działań wdrażanych przez WUP w Katowicach: 1.1 Obszar: aktywizacja zawodowa • wsparcie dla osób po 30 roku życia: bezpłatne szkolenia, staże i praktyki zawodowe, subsydiowane zatrudnienie, doradztwo zawodowe i pośrednictwo pracy, 1.2 Obszar: wzmocnienie potencjału adaptacyjnego przedsiębiorstw i ich pracowników • wsparcie dla firm: dofinansowanie od 50% do 80% usług rozwojowych (szkolenia i doradztwo) dla przedsiębiorstw MŚP i ich pracowników oraz osób samozatrudnionych w ramach Podmiotowego Systemu Finansowania. 1.3 Obszar: kształcenie ustawiczne i kompetencje kluczowe • bezpłatne szkolenia zawodowe dla dorosłych osób z woj. śląskiego oraz • szkolenia językowe i informatyczne dla osób pracujących, należących do grup defaworyzowanych tj. osób o niskich kwalifikacjach, 50+, mieszkańców obszarów wiejskich itp. 1.4 Obszar: przedsiębiorczość i samozatrudnienie • bezzwrotne dotacje na założenie własnej działalności gospodarczej dla mieszkańców woj. śląskiego, osób powyżej 30 roku życia. 1.5 Obszar: planowanie rozwoju zawodowego • bezpłatny test predyspozycji zawodowych dla dorosłych dostępny on-line na stronie WUP w Katowicach <https://wybierz-zawod.eu> 1.6 Obszar: prawa i obowiązki Beneficjentów i odbiorców wsparcia Funduszy Europejskich zwiększenie świadomości praw i obowiązków potencjalnych uczestników projektów EFS i beneficjentów w związku z pojawiającymi się nieprawidłowościami w realizacji projektów EFS (np. zasada bezpłatności informacji na temat Funduszy Europejskich) 2. Zadania dla Wykonawcy: 2.1 Stworzenie materiałów na potrzeby kampanii 2.2 Zaplanowanie i zakup mediów 2.3 Realizacja kampanii 2.4 Opracowanie raportu pokampanijnego. 3. Grupa docelowa kampanii: 3.1 Obszar: aktywizacja zawodowa - mieszkańcy woj. śląskiego, osoby od 30 do 65 roku życia, w tym: - osoby bezrobotne, bierne zawodowo, zwłaszcza te znajdujące się w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy, tj.: • kobiety, • osoby powyżej 50 roku życia, • osoby niepełnosprawne, • osoby długotrwale bezrobotne, • osoby o niskich kwalifikacjach (z wykształceniem maksymalnie średnim), - reemigranci – do tej

grupy zaliczani są również repatrianci, - imigranci (w tym osoby polskiego pochodzenia), - osoby ubogie pracujące (tj. osoby, których zarobki nie przekraczają płacy minimalnej), - osoby odchodzące z rolnictwa i ich rodziny (osoby podlegające ubezpieczeniu emerytalno-rentowemu na podstawie ustawy z dnia 20 grudnia 1990 r. o ubezpieczeniu społecznym rolników (KRUS), zamierzający podjąć zatrudnienie lub inną działalność pozarolniczą, - osoby zatrudnione na umowach krótkoterminowych oraz pracujący w ramach umów cywilno-prawnych, których miesięczne zarobki nie przekraczają wysokości minimalnego wynagrodzenia, - osoby zainteresowane podwyższaniem swoich kwalifikacji.

3.2 Obszar: wzmacnianie potencjału adaptacyjnego przedsiębiorstw i ich pracowników - mieszkańcy woj. śląskiego, właściciele i kadra zarządzająca mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, pracownicy w/w przedsiębiorstw oraz osoby samozatrudnione.

3.3 Obszar: kształcenie ustawiczne i kompetencje kluczowe – mieszkańcy woj. śląskiego, osoby zatrudnione i nieaktywne zawodowo w wieku 18-65 lat, w szczególności o niskich kwalifikacjach, zainteresowane podwyższeniem swoich kwalifikacji.





3.4 Obszar: przedsiębiorczość i samozatrudnienie - mieszkańcy woj. śląskiego, osoby powyżej 30 roku życia (od dnia 30 urodzin) zainteresowane założeniem własnej działalności gospodarczej, w tym: a) osoby bezrobotne, bierne zawodowo, zwłaszcza te znajdujące się w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy, tj.: – osoby w wieku 50 lat i więcej; – kobiety; – osoby z niepełnosprawnościami; – osoby długotrwale bezrobotne; – osoby o niskich kwalifikacjach. b) pozostałe grupy: – reemigranci – do tej grupy zaliczani są również repatrianci; – imigranci (w tym osoby polskiego pochodzenia); – osoby ubogie pracujące; – osoby odchodzące z rolnictwa i ich rodziny, zamierzające podjąć zatrudnienie lub inną działalność pozarolniczą; – osoby zatrudnione na umowach krótkoterminowych oraz pracujący w ramach umów cywilno-prawnych, których miesięczne zarobki nie przekraczają wysokości minimalnego wynagrodzenia.

3.5 Obszar: planowanie rozwoju zawodowego - mieszkańcy woj. śląskiego, osoby w wieku 18-65 lat, zainteresowane diagnozą predyspozycji zawodowych.

3.6 Obszar: prawa i obowiązki Beneficjentów i odbiorców wsparcia Funduszy Europejskich - mieszkańcy woj. śląskiego, osoby w wieku 18-65 lat, potencjalni odbiorcy wsparcia i beneficjenci FE.

4. Zasięg kampanii: Kampania o zasięgu regionalnym – na obszarze województwa śląskiego.

5. Cele kampanii: 5.1 Cele główne: • promocja marki Fundusze Europejskie oraz RPO WSL, • informowanie o dostępnych możliwościach wsparcia w ramach RPO WSL, • edukacja oraz przygotowanie do korzystania z w/w możliwości, w tym zachęta do udziału w projektach finansowanych z EFS • promocja efektów działania Funduszy Europejskich w regionie, • promocja serwisu WUP w Katowicach tj. rpo.wup-katowice.pl oraz strony internetowej WUP z aplikacją testu predyspozycji zawodowych on-line <https://wybierz-zawod.eu>, 5.2 Cele

dotatkowe:  popularyzacja idei kształcenia ustawicznego i potrzeby rozwoju zawodowego,  popularyzacja idei aktywnego poszukiwania pracy,  popularyzacja idei samozatrudnienia i przedsiębiorczości. 6. Termin kampanii: Całość usługi zostanie zrealizowana do 21 grudnia br. (termin dostarczenia raportu z kampanii). Kampania będzie realizowana od podpisania umowy do 20 grudnia br. Szczegółowy harmonogram działań i konkretny czas ich trwania w ramach kampanii zostanie ustalony między Wykonawcą a Zamawiającym w terminie 3 dni roboczych od podpisania umowy. Szczegółowy harmonogram może ulec zmianie za zgodą Zamawiającego z przyczyn obiektywnych, niezależnych od Wykonawcy lub Zamawiającego (np. problemy techniczne na portalach/serwisach nieleżące po stronie Wykonawcy). 7. Spójność: Wykonawca zobowiązany jest w ramach realizacji umowy do zachowania spójnej koncepcji kreatywnej dla zaplanowanych w ramach kampanii działań. Komunikaty w poszczególnych mediach powinny się wzajemnie uzupełniać i wspierać, tak aby dawały efekt synergii. 8. Elementy obowiązkowe: Wszystkie produkty kampanii muszą zostać odpowiednio oznakowane zgodnie z „Księgą identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020”, zgodnie z zasadami wskazanymi w „Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020” oraz w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji” – muszą zawierać zestaw logotypów. Wzory obowiązujących logotypów przekaże Wykonawcy Zamawiający w terminie do 2 dni roboczych od podpisania umowy. 9. Prawa autorskie: Zamawiający dopuszcza wykorzystanie zdjęć, grafik z banku. Wykonawca nie może ograniczyć wyboru zdjęć i grafik tylko do materiałów darmowych. Użycie wszystkich zdjęć i grafik – do akceptacji Zamawiającego. Teksty, poza treściami przekazanymi Wykonawcy przez Zamawiającego na potrzeby mailingu, powinny być natomiast autorskie, stworzone specjalnie na potrzeby tej kampanii. Wykonawca oświadcza, że przysługują mu wyłączne prawa autorskie do utworów powstałych w związku z wykonywaniem umowy, bez ograniczeń co do terytorium, czasu, liczby egzemplarzy i że przenosi te autorskie prawa majątkowe na Zamawiającego nieodpłatnie, z chwilą doręczenia przedmiotu umowy, na następujących polach eksploatacji: a) emitowanie w internecie, b) utrwalanie i zwielokrotnianie dowolną techniką, c) rozpowszechnianie w dowolny sposób – w szczególności wyświetlanie, nadawanie, d) publiczne udostępnianie, e) wprowadzanie do pamięci komputera i sieci multimedialnych w nieograniczonych ilościach. 10. Narzędzia kampanii: 10.1 Kampania banerowa 10.2 Mailing promocyjny Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania reklam w formatach dostosowanych do urządzeń mobilnych oraz zaplanowania i zrealizowania min. 1/3 działań w kanale mobile. 11. Szczegółowe założenia realizacji działań: 11.1 Kampania banerowa (display):  Wykonawca zrealizuje kampanię

banerową na co najmniej jednym ogólnopolskim lub regionalnym serwisie/portalu publicystyczno-informacyjnym lub biznesowym (targowanie na woj. śląskie), należącym do wydawcy, którego liczba internautów wynosi co najmniej 16 mln (na podstawie zestawienia „TOP 20 wydawców (właściciele witryn i programów internetowych), z których korzysta najwięcej internautów – wszystkie urządzenia” na podstawie badania Gemius PBI za lipiec 2020); ^{§ 20} Banery wykonane w technologii HTML5 lub formacie statycznym np. jpg, gif – do uzgodnienia z Zamawiającym na etapie realizacji; ^{§ 20} Formaty banerów: - mobile - dowolne formaty i ciężar dostosowany do wymagań wydawcy, - desktop - formaty: double billboard 750x200 px oraz screening (połączenie reklamy typu billboard z tapetą); w przypadku reklamy typu screening wymiary dostosowane do wymagań wydawcy. • Zastosowanie wszystkich trzech formatów jest obowiązkowe (tj. min. jeden format mobile, double billboard i screening). • Ciężar wszystkich formatów banerów dostosowany do wymagań wydawcy; ^{§ 20} Wykonawca zapewni minimum 20% odsłon na desktopie w formacie screening; ^{§ 20} Kliknięcie na dany baner będzie powodowało przekierowanie na wybraną podzakładkę serwisu rpo.wup-katowice.pl; ^{§ 20} Banery będą promowały 5 obszarów wsparcia w ramach RPO WSL wymienionych w pkt od 1.1 do 1.6, z wyłączeniem obszaru 1.5; ^{§ 20} Wykonawca wykona projekty graficzne (treść oraz grafika/zdjęcie) banerów promujących 5 ww. obszarów wsparcia, dostosowane do wymaganych formatów (dany obszar wsparcia musi być promowany w minimum jednym formacie mobile i minimum jednym formacie desktop); ^{§ 20} Po stronie Wykonawcy leży koszt wykonania projektów graficznych, w tym pozyskania zdjęć i/lub grafik. Zamawiający wymaga, by Wykonawca nie ograniczał się tylko do zdjęć lub grafik darmowych. Wymagany wskaźnik: CPM (cost per mille) za liczbę odsłon. ^{§ 20} Minimalny wskaźnik odsłon w ramach każdego z 5 tematów 120 000 maksimum 240 000 odsłon (w tym minimum 40 000 maksimum 80 000 odsłon na kanale mobile). ^{§ 20} Minimalny wskaźnik odsłon w ramach całej kampanii minimum 600 000 maksimum 1 200 000 odsłon (w tym minimum 200 000 maksimum 400 000 odsłon na kanale mobile). ^{§ 20} Wykonawca zapewni minimum 20% odsłon na desktopie w formacie screening. Harmonogram: - Zamawiający przekaze Wykonawcy materiały źródłowe (wzory logotypów, Linia graficzna RPO WSL, linki do podzakładek serwisu rpo.wup-katowice.pl zawierające opis wsparcia w ramach RPO WSL), - Wykonawca przekaze do akceptacji Zamawiającego propozycje portalu/portali oraz harmonogram realizacji kampanii banerowej, - Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego projekt szablonu projektów graficznych, - Zamawiający zaakceptuje szablon lub dokona niezbędnych poprawek; na podstawie zaakceptowanego szablonu będą opracowywane projekty graficzne banerów promujących poszczególne obszary wsparcia, - Zamawiający na każdym etapie prac zaakceptuje przekazane

materiały lub naniesie poprawki w terminie 1 dnia roboczego od ich otrzymania, - Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie 1 dnia roboczego od dnia ich przekazania. Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że reklamy zostaną przygotowane do publikacji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do 5 dni roboczych od podpisania umowy. Ewentualne zmiany terminów mogą nastąpić wyłącznie za zgodą Zamawiającego i muszą wynikać z przyczyn obiektywnych (np. problemy techniczne na portalach, nieleżące po stronie Wykonawcy). Ewentualne zmiany terminów nie mogą wpływać na ostateczny termin realizacji usługi i osiągnięcie wskaźników.




11.2 Mailing reklamowy











- Wykonawca zrealizuje wysyłkę wiadomości reklamowych do użytkowników (z woj. śląskiego) bezpłatnych kont pocztowych, stanowiących część co najmniej jednego z największych ogólnopolskich/regionalnych horyzontalnych portali publicystyczno-informacyjnych lub biznesowych, należących do wydawców, których liczba internautów wynosi co najmniej 16 mln internautów (na podstawie zestawienia „TOP 20 wydawców (właściciele witryn i programów internetowych), z których korzysta najwięcej internautów – wszystkie urządzenia” w ramach badania Gemius PBI za lipiec 2020) - którzy wyrazili zgodę na otrzymywanie tego typu reklam.
- Tematyka maili będzie odpowiadała obszarom wymienionym w pkt. od 1.1 do 1.5.
- Wysyłka musi być geotargetowana na województwo śląskie (rozpoznane adresy IP komputerów użytkowników kont) oraz grupę docelową.
- Parametry techniczne wiadomości mailowych: wielkość minimum 40 kB - maksimum 60 kB. Nośnik wykonany w technologii html, szerokość maksymalnie 600 pikseli.
- Zamawiający przekaże Wykonawcy materiały źródłowe w postaci treści maili oraz szablonów projektów graficznych do wykorzystania w celu przygotowania projektów maili reklamowych, niemniej Wykonawca zobowiązany jest opracować ww. materiał i dostosować go do wymagań realizowanej kampanii i portalu/portali internetowych, na których będzie realizowana wysyłka, jeśli będzie to konieczne.
- Mail reklamowy w ramach jednego tematu może być dostarczony podczas kampanii tylko raz do danego konta e-mailowego,
- Kliknięcie na „odnośnik w liście”/lub cały list musi powodować automatyczne przekierowanie użytkownika na tematyczną podstronę internetową, podaną podczas realizacji zamówienia. 4 z 5 różnych treściowo maili będą kierowały na właściwą podstronę <https://rpo.wup-katowice.pl>, natomiast 1 będzie kierował na stronę <https://wybierzawod.eu>.
- W przypadku wysyłki maili w ramach więcej niż jednego portalu, wysyłka będzie zbliżona czasowo we wszystkich portalach.
- Koszt dostosowania ww. materiałów źródłowych na potrzeby niniejszej kampanii w celu przygotowania projektu graficznego (w tym koszty ewentualnego pozyskania zdjęć i grafik), muszą być uwzględnione w cenie usługi – projekty graficzne zostaną przedstawione do akceptacji przez Zamawiającego,
- Wykonawca odpowiada za

wysyłkę maili reklamowych z zachowaniem przepisów Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych). Wymagane wskaźniki: rozliczenie CPM (cost per mille) za liczbę maili reklamowych, które zostały dostarczone do unikalnych użytkowników. Minimalna liczba dostarczonych maili w ramach każdego z 5 tematów: minimum 50 000 - maksimum 100 000. Minimalna liczba dostarczonych maili łącznie w ramach całej kampanii: minimum 250 000 - maksimum 500 000. Odbiorcy (konta e-mail) nie mogą się powtarzać w ramach poszczególnych tematów mailingu. Wymagana łączna liczba dostarczonych maili: minimum 250 000 (w tym minimum 200 000 maili kierujących na stronę rpo-katowice.pl i minimum 50 000 maili kierujących na stronę wybierz-zawod.eu) – maksymalnie 500 000 (w tym maksymalnie 400 000 maili kierujących na stronę rpo-katowice.pl i maksymalnie 100 000 maili kierujących na stronę wybierz-zawod.eu). W przypadku wysyłki maili w ramach więcej niż jednego portalu: wysyłka w proporcjonalnych ilościach w każdym z wybranych portali.

Harmonogram działań: - Zamawiający przekazuje Wykonawcy materiały źródłowe (szablony graficzne oraz treści maili), - Wykonawca przekazuje do akceptacji Zamawiającego propozycje portalu/portali horyzontalnych oraz harmonogram wysyłki maili, - Na podstawie materiałów źródłowych Wykonawca opracuje projekty graficzne 5 maili reklamowych (tj. dostosuje przekazane materiały do wymagań wydawców na potrzeby aktualnej kampanii) oraz przekazuje je do akceptacji Zamawiającego, - Zamawiający na każdym etapie prac zaakceptuje przekazane materiały lub naniesie poprawki w terminie 1 dnia roboczego od ich otrzymania. - Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie 1 dnia roboczego od dnia ich przekazania. Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że reklamy zostaną przygotowane do publikacji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do 5 dni roboczych od podpisania umowy. Ewentualne zmiany terminów mogą nastąpić wyłącznie za zgodą Zamawiającego i muszą wynikać z przyczyn obiektywnych (np. problemy techniczne na portalach, nieleżące po stronie Wykonawcy). Ewentualne zmiany terminów nie mogą wpływać na ostateczny termin realizacji usługi i osiągnięcie wskaźników. 12. Raport podsumowujący Wykonawca jest zobowiązany na bieżąco kontrolować realizację wskaźników kampanii realizowanej w internecie oraz optymalizować ją w celu osiągnięcia parametrów. Po zrealizowaniu całej kampanii, najpóźniej do 21 grudnia 2020 r. Wykonawca przekazuje Zamawiającemu raport z adserwera w formie elektronicznej i papierowej (ewentualnie skan dokumentu z podpisem Wykonawcy), obejmujący dane nt. skuteczności i efektywności dla wszystkich przeprowadzonych działań, w tym dane nt.

deklarowanych i zrealizowanych wskaźników dla wszystkich działań. II. Kampania PO WER 1. Prezentacja przedmiotu kampanii Przedmiotem kampanii są możliwości oraz efekty wsparcia w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój w ramach działań wdrażanych przez WUP w Katowicach, w tym: 1.1 wsparcie dla osób do 29 roku życia w postaci m.in. bezpłatnych szkoleń, staży i praktyk zawodowych, pośrednictwa pracy, poradnictwa zawodowego, dotacji na założenie własnej firmy, subsydiowanego zatrudnienia, 1.2 możliwość planowania rozwoju zawodowego z użyciem bezpłatnego testu predyspozycji zawodowych dla dorosłych dostępnego on-line na stronie WUP w Katowicach <https://wybierz-zawod.eu>. 1.3 Obszar: Obszar: prawa i obowiązki Beneficjentów i odbiorców wsparcia Funduszy Europejskich • zwiększenie świadomości praw i obowiązków potencjalnych uczestników projektów EFS i beneficjentów w związku z pojawiającymi się nieprawidłowościami w realizacji projektów EFS (np. zasada bezpłatności informacji na temat Funduszy Europejskich) 2. Zadania dla Wykonawcy: 2.1 Stworzenie materiałów na potrzeby kampanii 2.2 Zaplanowanie i zakup mediów 2.3 Realizacja kampanii 2.4 Opracowanie raportu pokampanijnego. 3. Grupa docelowa kampanii: Opis programowy: • osoby w wieku od 18 do 29 lat, nieaktywne zawodowo, nieuczące się i niebiorące udziału w szkoleniach, tzw. młodzież NEET - ang. not in employment, education or training, • osoby w wieku od 18 do 29 lat, w tym: - reemigranci – do tej grupy zaliczani są również repatrianci, - imigranci (w tym osoby polskiego pochodzenia), - osoby ubogie pracujące (tj. osoby, których zarobki nie przekraczają płacy minimalnej), - osoby odchodzące z rolnictwa i ich rodziny (osoby podlegające ubezpieczeniu emerytalno-rentowemu na podstawie ustawy z dnia 20 grudnia 1990 r. o ubezpieczeniu społecznym rolników (KRUS), zamierzający podjąć zatrudnienie lub inną działalność pozarolniczą, - osoby zatrudnione na umowach krótkoterminowych oraz pracujący w ramach umów cywilno-prawnych, których miesięczne zarobki nie przekraczają wysokości minimalnego wynagrodzenia • przedsiębiorcy z woj. śląskiego do 29 lat. Opis mediowy: • mieszkańcy woj. śląskiego, osoby w wieku od 18 do 29 lat, w szczególności: - osoby zainteresowane podwyższaniem swoich kwalifikacji, - osoby zainteresowane założeniem własnej firmy, - osoby poszukujące ofert pracy i informacji na temat rynku pracy, - absolwenci szkół wyższych, ale także osoby o niskim wykształceniu, - osoby nieaktywne zawodowo, ale także pracujące, o niskich dochodach (minimalne wynagrodzenie). - osoby zainteresowane planowaniem rozwoju zawodowego i diagnozą predyspozycji zawodowych, - przedsiębiorcy do 29 roku życia korzystający ze wsparcia EFS w ramach PO WER na podstawie przepisów o tarczy antykryzysowej w związku z wystąpieniem COVID 19. 4. Zasięg kampanii: Kampania o zasięgu regionalnym – na obszarze województwa śląskiego. 5. Cele kampanii: Cele główne: • promocja marki Fundusze Europejskie

oraz PO WER, • informowanie o dostępnych możliwościach wsparcia w ramach PO WER, • edukacja oraz przygotowanie do korzystania z w/w możliwości, • zachęta do udziału w projektach finansowanych z EFS, • promocja efektów działania Funduszy Europejskich w regionie, • promocja serwisu WUP w Katowicach tj. power.wup-katowice.pl, • promocja nowej strony internetowej WUP z aplikacją testu predyspozycji zawodowych on-line <https://wybierz-zawod.eu>. Cele dodatkowe:  popularyzacja idei podnoszenia kwalifikacji zawodowych,  popularyzacja samozatrudnienia i przedsiębiorczości,  popularyzacja idei aktywnego poszukiwania pracy. 6. Termin kampanii: Całość usługi zostanie zrealizowana do 21 grudnia br. (termin dostarczenia raportu z kampanii). Kampania będzie realizowana od podpisania umowy do 20 grudnia br. Szczegółowy harmonogram działań i konkretny czas ich trwania w ramach kampanii zostanie ustalony między Wykonawcą a Zamawiającym w terminie 3 dni roboczych od podpisania umowy. Szczegółowy harmonogram może ulec zmianie za zgodą Zamawiającego z przyczyn obiektywnych, niezależnych od Wykonawcy lub Zamawiającego (np. problemy techniczne na portalach/serwisach nieleżące po stronie Wykonawcy). 7. Spójność: Wykonawca zobowiązany jest w ramach realizacji umowy do stworzenia spójnej koncepcji kreatywnej dla zaplanowanych w ramach kampanii działań. Komunikaty w poszczególnych mediach powinny się wzajemnie uzupełniać i wspierać (zarówno treściowo, jak i czasowo), tak aby dawały efekt synergii. 8. Prawa autorskie: Zamawiający dopuszcza wykorzystanie zdjęć, grafik z banku. Wykonawca nie może ograniczyć wyboru zdjęć i grafik tylko do materiałów darmowych. Użycie wszystkich zdjęć i grafik – do akceptacji Zamawiającego. Teksty, poza treściami przekazanymi Wykonawcy przez Zamawiającego na potrzeby mailingu, powinny być natomiast autorskie, stworzone specjalnie na potrzeby tej kampanii. Wykonawca oświadcza, że przysługują mu wyłączne prawa autorskie do utworów powstałych w związku z wykonywaniem umowy, bez ograniczeń co do terytorium, czasu, liczby egzemplarzy i że przenosi te autorskie prawa majątkowe na Zamawiającego nieodpłatnie, z chwilą doręczenia przedmiotu umowy, na następujących polach eksploatacji: a) emitowanie w Internecie, b) utrwalanie i zwielokrotnianie dowolną techniką, c) rozpowszechnianie w dowolny sposób – w szczególności wyświetlanie, nadawanie, d) publiczne udostępnianie, e) wprowadzanie do pamięci komputera i sieci multimedialnych w nieograniczonych ilościach. 9. Elementy obowiązkowe: Wszystkie produkty kampanii muszą zostać odpowiednio oznakowane zgodnie z „Księgą identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020”, zgodnie z zasadami wskazanymi w „Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020” oraz w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji” – muszą zawierać zestaw

logotypów. Wzory logotypów przekaże Wykonawcy Zamawiający w terminie do 2 dni roboczych od podpisania umowy. 10. Narzędzia kampanii: 10.1 Kampania banerowa 10.2 Mailing promocyjny Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania reklam w formatach dostosowanych do urządzeń mobilnych oraz zaplanowania i zrealizowania min. 1/3 działań w kanale mobile. 11. Szczegółowe założenia realizacji działań: 11.1 Kampania banerowa (display):  Wykonawca zrealizuje kampanię banerową na co najmniej jednym ogólnopolskim lub regionalnym serwisie/portalu publicystyczno-informacyjnym lub biznesowym (targowanie na woj. śląskie), należącym do wydawcy, którego liczba internautów wynosi co najmniej 16 mln (na podstawie zestawienia „TOP 20 wydawców (właściciele witryn i programów internetowych), z których korzysta najwięcej internautów – wszystkie urządzenia” na podstawie badania Gemius PBI za lipiec 2020);  Banery wykonane w technologii HTML5 lub formacie statycznym np. jpg, gif – do uzgodnienia z Zamawiającym na etapie realizacji  Formaty banerów: - mobile - dowolny format lub formaty i ciężar dostosowany do wymagań wydawcy, - desktop – formaty minimum: double billboard 750x200 px oraz screening (połączenie reklamy typu billboard z tapetą); w przypadku reklamy typu screening wymiary dostosowane do wymagań wydawcy. • Zastosowanie wszystkich trzech formatów jest obowiązkowe (tj. min. jeden format mobile, double billboard i screening); • Ciężar wszystkich formatów banerów dostosowany do wymagań wydawcy; • Wykonawca zapewni minimum 20% odsłon na desktopie w formacie screening;  Kliknięcie na dany baner będzie powodowało przekierowanie na wybraną podzakładkę serwisu power.wup-katowice.pl;  Banery będą promowały 2 obszary wsparcia w ramach PO WER wymienione w pkt 1.1 i 1.3;  Wykonawca wykona projekty graficzne (treść oraz grafika/zdjęcie) banerów promujących dwa ww. obszary wsparcia, dostosowane do wymaganych formatów (dany obszar wsparcia musi być promowany w minimum jednym formacie mobile i minimum jednym formacie desktop);  Po stronie Wykonawcy leży koszt wykonania projektów graficznych, w tym pozyskania zdjęć i/lub grafik. Zamawiający wymaga, by Wykonawca nie ograniczał się tylko do zdjęć lub grafik darmowych. Wymagany wskaźnik: CPM (cost per mille) za liczbę odsłon.  Minimalny wskaźnik odsłon w ramach każdego z 2 tematów 120 000 maksimum 240 000 odsłon (w tym minimum 40 000 maksimum 80 000 odsłon na kanale mobile).  Minimalny wskaźnik odsłon w ramach całej kampanii minimum 240 000 maksimum 480 000 odsłon (w tym minimum 80 000 maksimum 160 000 odsłon na kanale mobile).  Wykonawca zapewni minimum 20% odsłon na desktopie w formacie screening. Harmonogram: - Zamawiający przekaże Wykonawcy materiały źródłowe (wzory logotypów, Linia graficzna, link do podzakładki serwisu power.wup-katowice.pl zawierający opis wsparcia w ramach PO WER), - Wykonawca przekaże do akceptacji

Zamawiającego propozycje portalu/portali oraz harmonogram realizacji kampanii banerowej, - Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego do wyboru dwa szablony projektów graficznych. - Zamawiający dokona wyboru jednego z szablonów, na podstawie którego będą opracowywane projekty graficzne banerów promujących poszczególne obszary wsparcia. - Zamawiający na każdym etapie prac zaakceptuje przekazane materiały lub naniesie poprawki w terminie 1 dnia roboczego od ich otrzymania. - Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie 1 dnia roboczego od dnia ich przekazania. Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że reklamy zostaną przygotowane do publikacji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do 5 dni roboczych od podpisania umowy. Ewentualne zmiany terminów mogą nastąpić wyłącznie za zgodą Zamawiającego i muszą wynikać z przyczyn obiektywnych (np. problemy techniczne na portalach, nieleżące po stronie Wykonawcy). Ewentualne zmiany terminów nie mogą wpływać na ostateczny termin realizacji usługi i osiągnięcie wskaźników.

11.2 Mailing reklamowy

- Wykonawca zrealizuje wysyłkę wiadomości reklamowych do użytkowników (z woj. śląskiego) bezpłatnych kont pocztowych, stanowiących część co najmniej jednego z największych ogólnopolskich/regionalnych horyzontalnych portali publicystyczno-informacyjnych lub biznesowych, należących do wydawców, których liczba internautów wynosi co najmniej 16 mln internautów (na podstawie zestawienia „TOP 20 wydawców (właścicielei witryn i programów internetowych), z których korzysta najwięcej internautów – wszystkie urządzenia” w ramach badania Gemius PBI za lipiec 2020) - którzy wyrazili zgodę na otrzymywanie tego typu reklam.
- Maile będą promowały 2 obszary wsparcia w ramach PO WER wymienione w pkt 1.1 i 1.2;
- Wysyłka musi być geotargetowana na województwo śląskie (rozpoznane adresy IP komputerów użytkowników kont) oraz grupę docelową.
- Parametry techniczne wiadomości mailowych: wielkość minimum 40 kB - maksimum 60 kB. Nośnik wykonany w technologii html, szerokość maksymalnie 600 pikseli.
- Zamawiający prześle Wykonawcy materiały źródłowe w postaci treści maili oraz szablonów projektów graficznych do wykorzystania w celu przygotowania projektów maili reklamowych, niemniej Wykonawca w razie konieczności zobowiązany jest opracować ww. materiał i dostosować go do wymagań realizowanej kampanii i portalu/portali internetowych, na których będzie realizowana wysyłka, jeśli będzie to konieczne.
- Mail reklamowy w ramach jednego tematu może być dostarczony podczas kampanii tylko raz do danego konta e-mailowego,
- Kliknięcie na „odnośnik w liście”/lub cały list musi powodować automatyczne przekierowanie użytkownika na tematyczną podstronę internetową podaną podczas realizacji zamówienia. 1 z 2 różnych treściowo maili będzie kierował na właściwą podstronę <https://power.wup-katowice.pl>, natomiast 1 będzie kierował na stronę <https://wybierz-zawod.eu>.
- W przypadku wysyłki maili w

ramach więcej niż jednego portalu, wysyłka będzie zbliżona czasowo we wszystkich portalach. • Koszt dostosowania ww. materiałów źródłowych na potrzeby niniejszej kampanii w celu przygotowania projektu graficznego (w tym koszty ewentualnego pozyskania zdjęć i grafik), muszą być uwzględnione w cenie usługi – projekty graficzne zostaną przedstawione do akceptacji przez Zamawiającego, • Wykonawca odpowiada za wysyłkę maili reklamowych z zachowaniem przepisów Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych). Wymagane wskaźniki: rozliczenie CPM (cost per mille) za liczbę maili reklamowych, które zostały dostarczone do unikalnych użytkowników. Minimalna liczba dostarczonych maili w ramach każdego z 2 tematów: minimum 50 000 - maksimum 100 000. Minimalna liczba dostarczonych maili łącznie w ramach całej kampanii: minimum 100 000 - maksimum 200 000. Odbiorcy (konta e-mail) nie mogą się powtarzać w ramach poszczególnych tematów mailingu. Wymagana łączna liczba dostarczonych maili: minimum 100 000 (w tym minimum 50 000 maili kierujących na stronę power-katowice.pl i minimum 50 000 maili kierujących na stronę wybierz-zawod.eu) – maksymalnie 200 000 (w tym maksymalnie 100 000 maili kierujących na stronę rpo-katowice.pl i maksymalnie 100 000 maili kierujących na stronę wybierz-zawod.eu). W przypadku wysyłki maili w ramach więcej niż jednego portalu: wysyłka w proporcjonalnych ilościach w każdym z wybranych portali. Harmonogram działań: - Zamawiający przekaże Wykonawcy materiały źródłowe (szablony graficzne oraz treści maili), - Wykonawca przekaże do akceptacji Zamawiającego propozycje portalu/portali horyzontalnych oraz harmonogram wysyłki maili, - Na podstawie materiałów źródłowych Wykonawca opracuje projekty graficzne 2 maili reklamowych (tj. dostosuje przekazane materiały do wymagań wydawców na potrzeby aktualnej kampanii) oraz przekaże je do akceptacji Zamawiającego, - Zamawiający na każdym etapie prac zaakceptuje przekazane materiały lub naniesie poprawki w terminie 1 dnia roboczego od ich otrzymania. - Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie 1 dnia roboczego od dnia ich przekazania. Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że reklamy zostaną przygotowane do publikacji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do 5 dni roboczych od podpisania umowy. Ewentualne zmiany terminów mogą nastąpić wyłącznie za zgodą Zamawiającego i muszą wynikać z przyczyn obiektywnych (np. problemy techniczne na portalach, nieleżące po stronie Wykonawcy). Ewentualne zmiany terminów nie mogą wpływać na ostateczny termin realizacji usługi i osiągnięcie wskaźników. 12. Raport podsumowujący Wykonawca jest zobowiązany na bieżąco kontrolować realizację

wskaźników kampanii realizowanej w internecie oraz optymalizować ją w celu osiągnięcia parametrów. Po zrealizowaniu całej kampanii, najpóźniej do 21 grudnia 2020 r. Wykonawca przekaże Zamawiającemu raport z adserwera w formie elektronicznej i papierowej (ewentualnie skan dokumentu z podpisem Wykonawcy), obejmujący dane nt. skuteczności i efektywności dla wszystkich przeprowadzonych działań, w tym dane nt. deklarowanych i zrealizowanych wskaźników dla wszystkich działań

II.5) Główny kod CPV: 79342200-5

Dodatkowe kody CPV:

II.6) Całkowita wartość zamówienia (*jeżeli zamawiający podaje informacje o wartości zamówienia*):

Wartość bez VAT: 49200,16

Waluta:

pln

(w przypadku umów ramowych lub dynamicznego systemu zakupów – szacunkowa całkowita maksymalna wartość w całym okresie obowiązywania umowy ramowej lub dynamicznego systemu zakupów)

II.7) Czy przewiduje się udzielenie zamówień, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 i 7 lub w art. 134 ust. 6 pkt 3 ustawy Pzp: Nie

Określenie przedmiotu, wielkości lub zakresu oraz warunków na jakich zostaną udzielone zamówienia, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 lub w art. 134 ust. 6 pkt 3 ustawy Pzp:

II.8) Okres, w którym realizowane będzie zamówienie lub okres, na który została zawarta umowa ramowa lub okres, na który został ustanowiony dynamiczny system zakupów:

miesiącach: *lub* dniach:

lub

data rozpoczęcia: *lub* **zakończenia:** 2020-12-21

II.9) Informacje dodatkowe:

SEKCJA III: INFORMACJE O CHARAKTERZE PRAWNYM,

EKONOMICZNYM, FINANSOWYM I TECHNICZNYM

III.1) WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU

III.1.1) Kompetencje lub uprawnienia do prowadzenia określonej działalności zawodowej, o ile wynika to z odrębnych przepisów

Określenie warunków: Zamawiający nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie.

Informacje dodatkowe

III.1.2) Sytuacja finansowa lub ekonomiczna

Określenie warunków: Zamawiający nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie.

Informacje dodatkowe

III.1.3) Zdolność techniczna lub zawodowa

Określenie warunków: Zamawiający uzna spełnienie w/w warunku, jeżeli Wykonawca 1.

Wykaże, że w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wykonał, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych wykonuje należycie: co najmniej 1 kompleksową usługę polegającą na realizacji działań reklamowych/promocyjnych w Internecie o wartości minimum 34 400,00zł brutto. Wskazana usługa może być częścią większych zamówień obejmujących także działania promocyjne/reklamowe w innych mediach (np. prasie, telewizji itd.). Oferenci wykazujący usługę, która obejmuje także działania w mediach innych niż Internet, muszą wykazać, że wartość usług w Internecie spełnia ww. wymagania dotyczące wartości. Opis sposobu dokonywania oceny spełnienia tego warunku: Zamawiający dokona oceny spełnienia w/w warunku według formuły „spełnia/nie spełnia” na podstawie wykazu zawierającego usługi wykonane w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert bądź wykonywane nadal, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, odpowiadające w/w przedmiotowi zamówienia, z podaniem: - nazwy jednostki dla której była świadczona usługa, - przedmiotu działań reklamowych/promocyjnych, - daty wykonania usługi, - wartości zamówienia dot. realizacji działań reklamowych/promocyjnych w Internecie oraz załączeniem dokumentu lub dokumentów potwierdzających, że usługi wymienione w wykazie zostały wykonane lub są wykonywane należycie (np. referencje). W przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych nadal wykonywanych referencje bądź inne dokumenty potwierdzające ich należyte wykonywanie powinny być wydane nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert. Faktura VAT (jako dokument potwierdzający należyte wykonanie usługi) wystawiona przez Wykonawcę w ramach danej usługi wskazanej w wykazie usług

zrealizowanych, nie będzie brana pod uwagę przez Zamawiającego. Sam dokument faktury, bez żadnych dodatkowych informacji na temat należytego wykonania, nie może ze swej istoty tego faktu potwierdzać. Z tego dokumentu nie wynika chociażby, że zamówienie zostało wykonane w terminie, a na Wykonawcę nie nałożono kar umownych czy potrąceń. Dokumenty potwierdzające należyte wykonanie powinny zostać przedstawione w formie oryginału lub czytelnej kserokopii poświadczonej „za zgodność z oryginałem” przez Wykonawcę lub osobę upoważnioną do występowania w imieniu Wykonawcy. Nie wykazanie spełnienia w/w warunku skutkować będzie wykluczeniem Wykonawcy z postępowania zgodnie z art. 24 ust. 1 pkt 12 ustawy Pzp. 2. Wykaże, że dysponuje personelem w postaci: a) grafika - co najmniej 1 osoba, która powinna posiadać doświadczenie w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert w projektowaniu grafiki na potrzeby minimum 3 usług o charakterze reklamowym/promocyjnym, przeprowadzonych w Internecie. b) specjalisty ds. kampanii internetowych - co najmniej 1 osoba, która powinna posiadać doświadczenie w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert w realizacji kampanii banerowych lub kampanii mailingowych**, w ramach łącznie co najmniej 3 usług o charakterze reklamowym/promocyjnym, przeprowadzonych w Internecie. ** mogą to być 3 kampanie banerowe lub 3 kampanie mailingowe lub ich dowolna kombinacja w ramach 3 usług o charakterze reklamowym/promocyjnym przeprowadzonych w internecie. W przypadku korzystania z osób zdolnych do wykonania zamówienia, które zostaną udostępnione przez inne podmioty, Wykonawca załączy do oferty pisemne zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dyspozycji osób na okres korzystania z ich usług przy wykonywaniu zamówienia. Opis sposobu dokonywania oceny spełnienia tego warunku: Zamawiający dokona oceny spełnienia w/w warunku według formuły „spełnia/nie spełnia” na podstawie załączonego do oferty wykazu zawierającego imię i nazwisko osób, które będą uczestniczyć w realizacji zamówienia jako: - grafik wraz z podaniem daty realizacji usługi, przedmiot usługi (np. kampania banerowa, mailing lub reklama w mediach społecznościowych), nazwę zleceniodawcy, na rzecz którego była wykonana; - specjalisty ds. kampanii internetowych wraz z podaniem daty realizacji usługi, przedmiot usługi, nazwę zleceniodawcy, na rzecz którego była wykonana. Niewykazanie spełnienia w/w warunków skutkować będzie wykluczeniem Wykonawcy z postępowania zgodnie z art. 24 ust. 1 pkt 12 ustawy Pzp.

Zamawiający wymaga od wykonawców wskazania w ofercie lub we wniosku o dopuszczenie do udziału w postępowaniu imion i nazwisk osób wykonujących czynności przy realizacji zamówienia wraz z informacją o kwalifikacjach zawodowych lub doświadczeniu tych osób: Tak

Informacje dodatkowe:

III.2) PODSTAWY WYKLUCZENIA

III.2.1) Podstawy wykluczenia określone w art. 24 ust. 1 ustawy Pzp

III.2.2) Zamawiający przewiduje wykluczenie wykonawcy na podstawie art. 24 ust. 5

ustawy Pzp Tak Zamawiający przewiduje następujące fakultatywne podstawy wykluczenia: Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 1 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 2 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 3 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 4 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 5 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 6 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 7 ustawy Pzp)

Tak (podstawa wykluczenia określona w art. 24 ust. 5 pkt 8 ustawy Pzp)

III.3) WYKAZ OŚWIADCZEŃ SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W CELU WSTĘPNEGO POTWIERDZENIA, ŻE NIE PODLEGA ON WYKLUCZENIU ORAZ SPEŁNIA WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ SPEŁNIA KRYTERIA SELEKCJI

Oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu oraz spełnianiu warunków udziału w postępowaniu

Tak

Oświadczenie o spełnianiu kryteriów selekcji

Nie

III.4) WYKAZ OŚWIADCZEŃ LUB DOKUMENTÓW , SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W POSTĘPOWANIU NA WEZWANIE ZAMAWIAJACEGO W CELU POTWIERDZENIA OKOLICZNOŚCI, O KTÓRYCH MOWA W ART. 25 UST. 1 PKT 3 USTAWY PZP:

1. Odpisu z właściwego rejestru lub z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub ewidencji, w celu potwierdzenia braku podstaw wykluczenia na podstawie art. 24 ust. 5 pkt. 1 ustawy Pzp.

III.5) WYKAZ OŚWIADCZEŃ LUB DOKUMENTÓW SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W POSTĘPOWANIU NA WEZWANIE ZAMAWIAJACEGO W CELU POTWIERDZENIA OKOLICZNOŚCI, O KTÓRYCH MOWA W ART. 25 UST. 1 PKT 1 USTAWY PZP

III.5.1) W ZAKRESIE SPEŁNIANIA WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU:

1. Wykazu usług wykonanych, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonywanych, w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert albo wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wraz z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których usługi zostały wykonane, oraz załączeniem dowodów określających czy te usługi zostały wykonane lub są wykonywane należycie, przy czym dowodami, o których mowa, są referencje bądź inne dokumenty wystawione przez podmiot, na rzecz którego usługi były wykonywane, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych są wykonywane, a jeżeli z uzasadnionej przyczyny o obiektywnym charakterze wykonawca nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów – oświadczenie wykonawcy; w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych nadal wykonywanych referencje bądź inne dokumenty potwierdzające ich należyte wykonywanie powinny być wydane nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert – wg Załącznika Nr 5 do SIWZ; 2. Wykazu osób, skierowanych przez wykonawcę do realizacji zamówienia publicznego, w szczególności odpowiedzialnych za świadczenie usług, kontrolę jakości lub kierowanie robotami budowlanymi, wraz z informacjami na temat ich kwalifikacji zawodowych, uprawnień, doświadczenia i wykształcenia niezbędnych do wykonania zamówienia publicznego, a także zakresu wykonywanych przez nie czynności oraz informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami – wg Załącznika Nr 6 do SIWZ;

III.5.2) W ZAKRESIE KRYTERIÓW SELEKCJI:

III.6) WYKAZ OŚWIADCZEŃ LUB DOKUMENTÓW SKŁADANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ W POSTĘPOWANIU NA WEZWANIE ZAMAWIAJACEGO W CELU POTWIERDZENIA OKOLICZNOŚCI, O KTÓRYCH MOWA W ART. 25 UST. 1 PKT 2 USTAWY PZP

III.7) INNE DOKUMENTY NIE WYMIENIONE W pkt III.3) - III.6)

W terminie 3 dni od zamieszczenia na stronie internetowej Zamawiającego informacji z otwarcia ofert, o której mowa w ust. 6 w Rozdziale XIV niniejszej SIWZ: - oświadczenie o przynależności lub braku przynależności do tej samej grupy kapitałowej, o której mowa w art. 24 ust. 1 pkt 23 ustawy. Wraz ze złożeniem oświadczenia, Wykonawca może przedstawić dowody, że powiązania z innym Wykonawcą nie prowadzą do zakłócenia konkurencji w postępowaniu o udzielenie zamówienia. W przypadku Wykonawców wspólnie składających ofertę, przedmiotowe oświadczenie zobowiązany jest złożyć każdy z Wykonawców wspólnie składających ofertę. Wzór w/w oświadczenie będzie stanowić załącznik do Informacji z

otwarcia ofert, która zostanie zamieszczona na stronie internetowej Zamawiającego.

SEKCJA IV: PROCEDURA

IV.1) OPIS

IV.1.1) Tryb udzielenia zamówienia: Przetarg nieograniczony

IV.1.2) Zamawiający żąda wniesienia wadium:

Nie

Informacja na temat wadium

IV.1.3) Przewiduje się udzielenie zaliczek na poczet wykonania zamówienia:

Nie

Należy podać informacje na temat udzielania zaliczek:

IV.1.4) Wymaga się złożenia ofert w postaci katalogów elektronicznych lub dołączenia do ofert katalogów elektronicznych:

Nie

Dopuszcza się złożenie ofert w postaci katalogów elektronicznych lub dołączenia do ofert katalogów elektronicznych:

Nie

Informacje dodatkowe:

IV.1.5.) Wymaga się złożenia oferty wariantowej:

Nie

Dopuszcza się złożenie oferty wariantowej

Złożenie oferty wariantowej dopuszcza się tylko z jednoczesnym złożeniem oferty zasadniczej:

IV.1.6) Przewidywana liczba wykonawców, którzy zostaną zaproszeni do udziału w postępowaniu

(przetarg ograniczony, negocjacje z ogłoszeniem, dialog konkurencyjny, partnerstwo innowacyjne)

Liczba wykonawców

Przewidywana minimalna liczba wykonawców

Maksymalna liczba wykonawców

Kryteria selekcji wykonawców:

IV.1.7) Informacje na temat umowy ramowej lub dynamicznego systemu zakupów:

Umowa ramowa będzie zawarta:

Czy przewiduje się ograniczenie liczby uczestników umowy ramowej:

Przewidziana maksymalna liczba uczestników umowy ramowej:

Informacje dodatkowe:

Zamówienie obejmuje ustanowienie dynamicznego systemu zakupów:

Adres strony internetowej, na której będą zamieszczone dodatkowe informacje dotyczące dynamicznego systemu zakupów:

Informacje dodatkowe:

W ramach umowy ramowej/dynamicznego systemu zakupów dopuszcza się złożenie ofert w formie katalogów elektronicznych:

Przewiduje się pobranie ze złożonych katalogów elektronicznych informacji potrzebnych do sporządzenia ofert w ramach umowy ramowej/dynamicznego systemu zakupów:

IV.1.8) Aukcja elektroniczna

Przewidziane jest przeprowadzenie aukcji elektronicznej (*przetarg nieograniczony, przetarg ograniczony, negocjacje z ogłoszeniem*) Nie

Należy podać adres strony internetowej, na której aukcja będzie prowadzona:

Należy wskazać elementy, których wartości będą przedmiotem aukcji elektronicznej:

Przewiduje się ograniczenia co do przedstawionych wartości, wynikające z opisu przedmiotu

zamówienia:

Należy podać, które informacje zostaną udostępnione wykonawcom w trakcie aukcji elektronicznej oraz jaki będzie termin ich udostępnienia:

Informacje dotyczące przebiegu aukcji elektronicznej:

Jaki jest przewidziany sposób postępowania w toku aukcji elektronicznej i jakie będą warunki, na jakich wykonawcy będą mogli licytować (minimalne wysokości postąpień):

Informacje dotyczące wykorzystywanego sprzętu elektronicznego, rozwiązań i specyfikacji technicznych w zakresie połączeń:

Wymagania dotyczące rejestracji i identyfikacji wykonawców w aukcji elektronicznej:

Informacje o liczbie etapów aukcji elektronicznej i czasie ich trwania:

Czas trwania:

Czy wykonawcy, którzy nie złożyli nowych postąpień, zostaną zakwalifikowani do następnego etapu:

Warunki zamknięcia aukcji elektronicznej:

IV.2) KRYTERIA OCENY OFERT

IV.2.1) Kryteria oceny ofert:

IV.2.2) Kryteria

Kryteria	Znaczenie
cena	60,00
Kryterium osiągnięcia wskaźnika mediowego - ilość dostarczonych maili (CPM) do unikalnych użytkowników w ramach każdej z 7 grup tematycznych reklam (5 grup w ramach kampanii RPO WSL i 2 grupy w ramach kampanii PO WER): min. 50 000 max. 100 000	20,00
Kryterium osiągnięcia wskaźnika mediowego - ilość odsłon banerów w ramach każdej z 7 grup tematycznych reklam (5 grup ramach kampanii RPO WSL i 2 grupy w ramach kampanii PO WER): min. 120 000 max. 240 000	20,00

IV.2.3) Zastosowanie procedury, o której mowa w art. 24aa ust. 1 ustawy Pzp (przetarg

nieograniczony)

Tak

IV.3) Negocjacje z ogłoszeniem, dialog konkurencyjny, partnerstwo innowacyjne

IV.3.1) Informacje na temat negocjacji z ogłoszeniem

Minimalne wymagania, które muszą spełniać wszystkie oferty:

Przewidziane jest zastrzeżenie prawa do udzielenia zamówienia na podstawie ofert wstępnych bez przeprowadzenia negocjacji

Przewidziany jest podział negocjacji na etapy w celu ograniczenia liczby ofert:

Należy podać informacje na temat etapów negocjacji (w tym liczbę etapów):

Informacje dodatkowe

IV.3.2) Informacje na temat dialogu konkurencyjnego

Opis potrzeb i wymagań zamawiającego lub informacja o sposobie uzyskania tego opisu:

Informacja o wysokości nagród dla wykonawców, którzy podczas dialogu konkurencyjnego przedstawili rozwiązania stanowiące podstawę do składania ofert, jeżeli zamawiający przewiduje nagrody:

Wstępny harmonogram postępowania:

Podział dialogu na etapy w celu ograniczenia liczby rozwiązań:

Należy podać informacje na temat etapów dialogu:

Informacje dodatkowe:

IV.3.3) Informacje na temat partnerstwa innowacyjnego

Elementy opisu przedmiotu zamówienia definiujące minimalne wymagania, którym muszą odpowiadać wszystkie oferty:

Podział negocjacji na etapy w celu ograniczeniu liczby ofert podlegających negocjacom poprzez zastosowanie kryteriów oceny ofert wskazanych w specyfikacji istotnych warunków zamówienia:

Informacje dodatkowe:

IV.4) Licytacja elektroniczna

Adres strony internetowej, na której będzie prowadzona licytacja elektroniczna:

Adres strony internetowej, na której jest dostępny opis przedmiotu zamówienia w licytacji elektronicznej:

Wymagania dotyczące rejestracji i identyfikacji wykonawców w licytacji elektronicznej, w tym wymagania techniczne urządzeń informatycznych:

Sposób postępowania w toku licytacji elektronicznej, w tym określenie minimalnych wysokości postąpień:

Informacje o liczbie etapów licytacji elektronicznej i czasie ich trwania:

Czas trwania:

Wykonawcy, którzy nie złożyli nowych postąpień, zostaną zakwalifikowani do następnego etapu:

Termin składania wniosków o dopuszczenie do udziału w licytacji elektronicznej:

Data: godzina:

Termin otwarcia licytacji elektronicznej:

Termin i warunki zamknięcia licytacji elektronicznej:

Istotne dla stron postanowienia, które zostaną wprowadzone do treści zawieranej umowy w sprawie zamówienia publicznego, albo ogólne warunki umowy, albo wzór umowy:

Wymagania dotyczące zabezpieczenia należytego wykonania umowy:

Informacje dodatkowe:

IV.5) ZMIANA UMOWY

Przewiduje się istotne zmiany postanowień zawartej umowy w stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonano wyboru wykonawcy: Tak

Należy wskazać zakres, charakter zmian oraz warunki wprowadzenia zmian:

Zamawiający dopuszcza możliwość wprowadzenia zmiany do niniejszej umowy w zakresie: grafika, specjalisty ds. kampanii internetowych Warunki zmiany: zmianę taką dopuszcza się w sytuacji, gdy okaże się ona konieczna ze względu na śmierć lub chorobę bądź inną okoliczność dot. w/w personelu (uzasadnione przez Wykonawcę) wskazanego w ofercie. Warunkiem dokonania takiej zmiany jest poinformowanie Zamawiającego przez Wykonawcę o konieczności zmiany wraz z podaniem przyczyn oraz przekazanie Zamawiającemu do jego akceptacji danych osobowych wraz z informacją nt. kwalifikacji i doświadczenia zawodowego osób proponowanych w zastępstwie – Zał. nr 6 do SIWZ. Kwalifikacje i doświadczenie zawodowe w/w personelu zostały określone w SIWZ w rozdziale IV.

IV.6) INFORMACJE ADMINISTRACYJNE

IV.6.1) Sposób udostępniania informacji o charakterze poufnym (jeżeli dotyczy):

Środki służące ochronie informacji o charakterze poufnym

IV.6.2) Termin składania ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu:

Data: 2020-10-14, godzina: 11:00,

Skrócenie terminu składania wniosków, ze względu na pilną potrzebę udzielenia zamówienia (przetarg nieograniczony, przetarg ograniczony, negocjacje z ogłoszeniem):

Wskazać powody:

Język lub języki, w jakich mogą być sporządzane oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału w postępowaniu

> język polski

IV.6.3) Termin związania ofertą: do: okres w dniach: 30 (od ostatecznego terminu składania ofert)

IV.6.4) Przewiduje się unieważnienie postępowania o udzielenie zamówienia, w przypadku nieprzyznania środków, które miały być przeznaczone na sfinansowanie całości lub części zamówienia:

IV.6.5) Informacje dodatkowe:

ZAŁĄCZNIK I - INFORMACJE DOTYCZĄCE OFERT CZEŚCIOWYCH

01 11 2020