



Krajowa Administracja  
Skarbowa

Katowice, dnia 09 listopada 2018 r.

**Izba Administracji Skarbowej  
w Katowicach**

**2401-ILZ1.261.109.2018**

**UNP: 2401-18-186272**

WYŚLANO POCZTĄ ELEKTRONICZNĄ

**Zaproszenie do składania ofert**

Izba Administracji Skarbowej w Katowicach zaprasza Wykonawców do składania ofert na przeprowadzenie wśród płatników internetowej kampanii społecznej mającej na celu poinformowanie o zmianie terminu składania informacji PIT-11 i innych informacji za zatrudnionych pracowników oraz o obowiązku składania ww. informacji wyłącznie za pomocą środków komunikacji elektronicznej.

Wartość oferty nie może przekroczyć kwoty **150 000 złotych brutto (z VAT)**.

**WPROWADZENIE**

Ministerstwo Finansów przygotowuje usługę dla podatników Twój e-PIT. Polega ona na przeniesieniu obowiązku sporządzenia zeznania podatkowego PIT na urząd skarbowy tak, aby podatnik nie musiał wypełniać i składać zeznania podatkowego, ani nawet prosić o to urząd skarbowy. W praktyce wprowadzenie usługi oznacza, że blisko 25% podatników rozliczających się indywidualnie i niekorzystających z żadnych ulg i odliczeń nie będzie musiało robić nic, aby rozliczyć się z tytułu podatku dochodowego. Kolejne 25% podatników – osoby rozliczające się wspólnie z małżonkiem i nie korzystające z żadnych ulg i odliczeń – będzie mogło zakończyć coroczne rozliczenie podatkowe za pomocą dwóch kliknięć. Równocześnie, w każdym przypadku, do decyzji podatnika pozostanie, czy chce sprawdzić swój e-PIT, uzupełnić o ulgi, darowizny, czy zmienić OPP, na rzecz której chce przekazać 1% podatku należnego (urząd w formularzu zaproponuje OPP z poprzedniego roku) lub zmienić inne dane. Usługa Twój e-PIT jest skierowana bezpośrednio do prawie 12 milionów podatników, z których duża część, będzie musiała jedynie zaakceptować zeznanie przygotowane przez urząd skarbowy.

Urząd skarbowy sporządzając zeznanie podatkowe PIT będzie bazował m.in. na informacjach przekazywanych przez płatników. Wdrożenie nowej usługi wiąże się więc ze zmianami dla nich - **skróceniem czasu** na realizację obowiązku związanego z przygotowaniem PIT-11, PIT-11A, PIT-8C, PIT-40A, a także ze zobowiązaniem wszystkich płatników do **składania ww. informacji wyłącznie za pomocą środków komunikacji elektronicznej**.

Obecnie płatnicy zatrudniający do 5 pracowników mogli nadal przysyłać ww. informacje w formie papierowej. Obowiązywał ich jednak krótszy termin tj. 31 stycznia danego roku. W przyszłym roku

informacje te będą musieli przesłać do naczelnika urzędu skarbowego wyłącznie w formie elektronicznej.

Pozostali płatnicy (tj. zatrudniający powyżej 5 osób) mieli obowiązek wysyłania informacji do urzędów skarbowych wyłącznie w formie elektronicznej, jednak termin, jaki mieli na przesłanie tych informacji był do końca lutego roku następującego po roku podatkowym.

**Wprowadzanie zmiany zrównują więc sytuację wszystkich płatników – od 2019 r. muszą wysłać wszystkie informacje na naczelnika urzędu skarbowego wyłącznie elektronicznie i w terminie do końca stycznia roku następującego po roku podatkowym.**

Mając na uwadze analizy statystyk danych wpływających do systemu Ministerstwa Finansów – najważniejszy nacisk powinien w komunikacji być położony na informację o skróceniu terminu dla płatników. Ze wszystkich informacji, jakie wpłynęły do systemu MF do końca lutego 2017 r. (tj. około 34,5 mln) jedynie niecałe 270 tys. złożone zostało w formie papierowej.

## **I. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA:**

Przedmiotem Zamówienia jest przeprowadzenie internetowej kampanii informacyjnej, skierowanej do płatników (w tym także podmiotów świadczących usługi w zakresie doradztwa podatkowego i obsługi księgowej) mówiącej o zmianach w zakresie ich obowiązków, tj. skróceniu czasu na realizację obowiązku związanego z przesłaniem informacji do naczelnika urzędu skarbowego (m.in. PIT-11) do 31. stycznia 2019, oraz obowiązku składania ww. informacji wyłącznie w formie elektronicznej.

### **Zamawiający określa następujący sposób realizacji przedmiotu zamówienia:**

Wykonawca przeprowadzi kampanię w Internecie, przy użyciu standardowych, statycznych formatów display, z wyłączeniem mailingu na podstawie przygotowanej i zaakceptowanej przez Zamawiającego strategii. Kampania w Internecie musi być skonfigurowana i zakodowana w sposób, który pozwoli monitorować wejścia unikalnych użytkowników na dedykowaną podstronę (landing page), wskazaną Wykonawcy, ze wszystkich materiałów reklamowych.

### **Założenia:**

#### **Grupa docelowa kampanii - płatnicy:**

- przedsiębiorcy sporządzający informacje i roczne obliczenie podatku dochodowego (PIT-11, PIT-11A, PIT40A, PIT-8C) od osób fizycznych
- jednostki administracji publicznej,
- księgowi (biura rachunkowe) i doradcy podatkowi

**Termin Kampanii:** 26 listopada – 18 grudnia 2018 r.

**Cel:** dotarcie do jak najszerszego grona płatników / podmiotów świadczących usługi w zakresie doradztwa podatkowego i obsługi księgowej z informacją o zmianach w zakresie obowiązków dla płatników (zmiana terminu i sposobu dostarczania dokumentów fiskalnych)

#### **Ustawienia kampanii:**

- 1) Unikanie portali/profilu mogących godzić w dobre imię administracji publicznej, w tym zawierających treści dyskryminujące płeć, rasę, narodowość, język, religię, nawołujących do przemocy lub o charakterze pornograficznym.
- 2) Uwzględnienie w kampanii min. 5 portali z listy TOP 20 domen, z których korzysta najwięcej internautów na wszystkich urządzeniach (zgodnie z badaniem Megapanel PBI/ Gemius, wrzesień 2018). Domeny muszą mieć charakter informacyjny, gospodarczy i opiniotwórczy

(m.in. Money.pl, wp.pl, onet.pl), mogą mieć charakter sprzedażowy (np. OLX, Allegro). Kampania powinna uwzględniać także wykorzystanie Google i Facebooka oraz ewentualnie serwisu LinkedIn (tylko formaty niewymagające posiadania konta/profilu).

- 3) Uwzględnienie w kampanii domen o tematyce podatkowej i gospodarczej odwiedzanych przez podmioty świadczące usługi w zakresie doradztwa podatkowego i obsługi księgowej w tym co najmniej Gofin.pl oraz Infor.pl.
- 4) Kampania musi być dostosowana na urządzenia mobilne - dedykowane formy reklamy dostosowane do mniejszych formatów.
- 5) Kampania musi być precyzyjnie targetowana: demograficznie, na słowa kluczowe, na witryny, na zainteresowania, na tematy.
- 6) W kampanii musi być wykorzystany remarketing.
- 7) Kampania reklamowa w sieci **Google** z wykorzystaniem narzędzi (**AdWords i/lub GDN**), dobranych optymalnie do celów kampanii, wraz z przygotowaniem materiałów tekstowych i graficznych w odpowiednich formatach.
- 8) Kampania reklamowa na serwisie społecznościowym **Facebook** (dostępny do profilu *Twój e-PIT* zostaną przekazane przez Zamawiającego), w ramach której Wykonawca zobowiązuje się do:
  - a) prowadzenia kampanii obejmującej promocję postów i reklamę graficzną,
  - b) przekazanie Zamawiającemu tzw. Piksel Facebook do wgrania na stronie kampanii,

#### **Raportowanie:**

- 1) Wykonawca będzie zobowiązany przygotowywać i przysyłać je do Zamawiającego raporty po zakończeniu każdego tygodnia kampanii lub częściej na żądanie Zamawiającego, jak również po zakończeniu kampanii z uwzględnieniem poniższych parametrów z podziałem na dostawcę, platformę, witrynę, serwis, format i placement:
  - a. Łączna liczba wejść na stronę www, po kliknięciu w reklamę
  - b. Łączna liczba unikalnych wejść na stronę www (UU), po kliknięciu w reklamę
  - c. Łączna liczba odsłon reklamy
  - d. Łączna liczba kliknięć w reklamę
  - e. Poziom viewability (%)
  - f. Wskazanie CTR dla reklamy
  - g. Wskazanie CPM dla reklamy
  - h. Wskazanie CPC
  - i. Wskazanie budżetu
  - j. Skuteczność poszczególnych fraz/słów kluczowych w Google AdWords.
- 2) Wykonawca będzie zobowiązany do monitoringu kampanii oraz bieżącej optymalizacji kampanii.

#### **Formaty graficzne:**

Wybrany Wykonawca zobowiązany będzie do przygotowania formatów graficznych i tekstowych reklam wykorzystywanych w kampanii. Wykonawca przygotowuje formaty na podstawie 2 bannerów referencyjnych (wersja A i B) przekazanych przez Zamawiającego. Kampania docelowo będzie prowadzona w oparciu o banner, który będzie skuteczniej realizował cele kampanii (testy AB).

## **II. WARUNKI FINANSOWE / ROZLICZENIA / PŁATNOŚCI/ TERMIN REALIZACJI:**

Stosunki między Zamawiającym a Wykonawcą będzie określać zawarta przez strony umowa.

**Płatność** nastąpi w ciągu 21 dni od daty dostarczenia poprawnie wystawionej faktury do siedziby Zamawiającego. Wystawienie faktury może nastąpić po zaakceptowaniu przedmiotu zamówienia przez Zamawiającego w formie protokołu zdawczo-odbiorczego, do którego będzie dołączony raport.

**Rozliczenia** między Zamawiającym a Wykonawcą będą dokonywane w złotych polskich. Zamawiający zastrzega, że w umowie będą zawarte **kary umowne**.

### III. SPOSÓB PRZYGOTOWANIA OFERTY

Oferta powinna obejmować następujące elementy:

1. Pełną nazwę Wykonawcy, adres siedziby Wykonawcy, dane teleadresowe Wykonawcy i wskazanie osoby do kontaktów z Zamawiającym.
2. Cenę - wynagrodzenie brutto Wykonawcy. Wszelkie koszty cenowe powinny być odzwierciedlone w formularzu cenowym. Nie dopuszcza się ponoszenia dodatkowych kosztów przez Zamawiającego na etapie prac nad przedmiotem zamówienia. Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty, niezależnie od wyniku postępowania. Zamawiający zastrzega sobie prawo do nieznaczącej modyfikacji oferty po jej wyborze np. w zakresie działań reklamowych w internecie niewpływających na cenę i wybór oferty, a także do zmian w zakresie terminu jej realizacji.
3. Przygotowanie strategii kampanii internetowej, która powinna uwzględniać specyfikę tematyki projektu, optymalizując ją w celu dotarcia do jak największej liczby płatników z informacją o wprowadzanych od 2019 r. zmianach w zakresie ich obowiązków. Strategia powinna określać najefektywniejszy sposób wykorzystania środków przeznaczonych na zakup mediów w różnych kanałach w celu realizacji celu kampanii. Powinna wskazywać listę proponowanych portali internetowych, propozycje słów kluczowych (jeśli będą proponowane) oraz przyjęte założenia targetowania grupy docelowej (demograficznie, na słowa kluczowe, na witryny, na zainteresowania, na tematy) dla narzędzi kampanii. Preferowany format opracowania strategii to prezentacja (PPT, PDF) do 10 slajdów/stron.
4. Szczegółowy media plan/kalendarz działań w Internecie **w terminie od 26 listopada do 18 grudnia 2018 r.**
5. Do oferty musi być dołączony **Formularz ofertowy**, uzupełniony o wymagane dane, którego wzór stanowi Załącznik nr 1 do Zaproszenia.
6. Do oferty musi być dołączony dokument opisujący strategię.

Zamawiający zastrzega możliwość modyfikacji oferty.

### IV. KRYTERIA OCENY OFERT:

O wyborze najkorzystniejszej oferty decydować będą poniższe kryteria:

Kryterium	Wzór	Punktacja
<b>I. Cena brutto oferty</b> (cena powinna zawierać wszystkie koszty, łącznie z kosztami przeformatowań, kosztami technicznymi, monitoringiem i wszystkimi innymi m.in. tymi pozwalającymi na przedstawienie wymaganych statystyk)	Liczba punktów wyliczana z wzoru: $CENA_{min}/Cena \times 20$ gdzie: $Cena$ - cena badanej oferty $Cena_{min}$ - najniższa zaoferowana cena spośród ofert ważnych i nie podlegających odrzuceniu	max. 20
<b>II. Liczba odsłon reklamy</b> (UWAGA: proszę podać liczbę odsłon widzialnych – viewable impressions na podstawie wybranego przez dostawcę narzędzia monitorującego zgodnego (certyfikowanego) przez MRC/IAB, którego koszt ponosi dostawca.	Liczba punktów wyliczana z wzoru: $LOa/LOn \times 35$ pkt $LOa$ – Liczba odsłon w badanej/aktualnej ofercie $LOn$ – Najwyższa liczba odsłon zaproponowana w ofertach	max. 35
<b>III. Liczba unikalnych wejść na stronę www (UU), po kliknięciu w reklamę</b>	Liczba punktów wyliczana z wzoru: $LUUa/LUUn \times 35$ pkt	max. 35

(UWAGA: proszę podać liczbę wejść na stronę trwających min. 10 sekund w oparciu o Google Analytics)	LUUa – Liczba unikalnych użytkowników w badanej/aktualnej ofercie LUUn – Najwyższa liczba unikalnych użytkowników zaproponowana w ofertach	
<b>IV. Strategia</b>	<p><u>Oferta otrzyma 10 pkt</u>, jeśli Wykonawca we właściwy sposób scharakteryzuje specyfikę komunikacji kampanii, zaproponuje adekwatne kryteria i sposoby targetowania i na tej podstawie określi taktykę działań oraz wyznaczy cele szczegółowe dla danego kanału (w tym formaty reklamowe).</p> <p><u>Oferta otrzyma 7 pkt</u>, jeśli Wykonawca we właściwy sposób wyznaczy taktykę działań oraz wyznaczy cele szczegółowe dla danego kanału (w tym formaty reklamowe).</p> <p><u>Oferta otrzyma 3 pkt</u>, jeśli Wykonawca we właściwy sposób wyznaczy taktykę działań dla danego kanału (w tym formaty reklamowe).</p> <p><u>Oferta otrzyma 0 pkt</u>, jeśli Wykonawca wyznaczy cele szczegółowe dla danego kanału.</p>	max. 10
	<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

#### Sposób wyłonienia najkorzystniejszej oferty:

Wygrywa oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów wyliczonych zgodnie z powyższą tabelą.

#### V. DATA I MIEJSCE SKŁADANIA OFERT:

Wypełniony i podpisany formularz oferty (Załącznik nr 1 do Zaproszenia) należy przesłać do Izby Administracji Skarbowej w Katowicach, ul. Damrota 25 **do 14 listopada 2018 r.** pocztą elektroniczną w formie pliku „pdf” na adres e-mail: [kancelaria.ias.katowice@mf.gov.pl](mailto:kancelaria.ias.katowice@mf.gov.pl) **Termin zostanie dotrzymany, jeśli oferta dotrze do siedziby Zamawiającego przed jego upływem.**

#### Informacje ogólne

1. Wszystkie informacje dotyczące nin. rozpoznania rynku, w tym również informacja o wyborze najkorzystniejszej oferty, zamieszczane będą na stronie Zamawiającego [www.slaskie.kas.gov.pl](http://www.slaskie.kas.gov.pl) w zakładce „Ogłoszenia – Zamówienia publiczne – do 30 tys. euro”. W związku z powyższym Zamawiający nie będzie wysyłał do Wykonawców żadnych odrębnych pism w przedmiotowym zakresie.
2. Zamawiający niezwłocznie po upływie terminu do składania ofert zamieści na stronie internetowej informację o złożonych ofertach, natomiast po ich ocenie – zawiadomienie o wyborze najkorzystniejszej oferty.
3. Zamawiający zastrzega sobie prawo do prowadzenia negocjacji po złożeniu ofert oraz do wprowadzenia dodatkowych kryteriów oceny ofert.

4. Po wyborze najkorzystniejszej oferty (*oddzielnie do zadania*) zostanie podpisana umowa / umowy, w terminie ustalonym przez Zamawiającego.
5. Zamawiający zastrzega sobie prawo do odstąpienia od zawarcia umowy bez podania przyczyny.

**Osoby do kontaktu w zakresie przedmiotu zamówienia:**

- Bartłomiej Patera, 32 207 61 23, bartlomiej.patera@mf.gov.pl;
- Michał Kasprzak, 32 207 62 24, michal.kasprzak@mf.gov.pl

Załącznik:

Załącznik nr 1 – Formularz oferty

NACZELNIK WYDZIAŁU

  
dr inż. Roman Kowalówka

09.11.2018  
Kierownik Działu  
  
Beata Rudzka

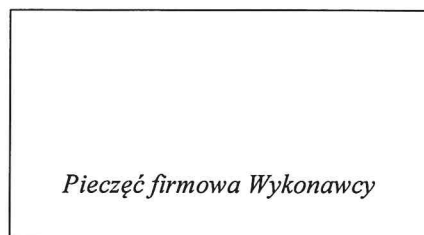
Sporządziła: Monika Boukhris

Starszy Inspektor  
  
Monika Boukhris

Kierownik Referatu  
  
Michał Kasprzak

2401-ILZ1.261.109.2018  
UNP: 2401-18-186272

Załącznik nr 1



### FORMULARZ OFERTOWY

W związku z prowadzonym przez Izbę Administracji Skarbowej w Katowicach rozpoznaniem rynku na przeprowadzenie wśród płatników internetowej kampanii społecznej mającej na celu poinformowanie o zmianie terminu składania informacji PIT-11 i innych informacji za zatrudnionych pracowników oraz o obowiązku składania ww. informacji wyłączenie za pomocą środków komunikacji elektronicznej, oferujemy wykonanie przedmiotowego zamówienia zgodnie z wymaganiami zapytania ofertowego o numerze UNP: 2401-18-186272 w niżej określonej cenie:

#### KAMPANIA INTERNETOWA TWÓJ e-PIT

Nazwa agencji:		
	<b>Kryterium</b>	<b>Wartość</b>
1	Cena brutto oferty	..... Słownie: .....
2	Gwarantowana liczba unikalnych wejść na stronę www (UU), po kliknięciu w reklamę	
3	Gwarantowana liczba odsłon	
4	Strategia	

**UWAGA:** Ceny należy określić w złotych, z dokładnością do drugiego miejsca po przecinku. Ceny powinny zawierać wszystkie elementy niezbędne do realizacji zamówienia, w szczególności transport zamówionego towaru do siedziby Zamawiającego.

- I. W załączeniu dokument opisujący strategię.
- II. Oświadczamy, że akceptujemy określone przez Zamawiającego warunki płatności :  
Zapłata należności uregulowana zostanie poprzez polecenie przelewu na podane na fakturze konto bankowe Wykonawcy w ciągu 21 dni od dnia wpływu do Izby Administracji Skarbowej w Katowicach, ul. Damrota 25, 40-022 Katowice prawidłowo sporządzonej faktury, wystawionej po dostarczeniu zamówionego przedmiotu zamówienia. Za dzień zapłaty uważa się dzień obciążenia rachunku bankowego.
- III. Oświadczamy, że zapoznaliśmy się z Zapytaniem ofertowym i nie wnosimy do niego zastrzeżeń oraz zdobyliśmy konieczne informacje do przygotowania oferty.
- IV. Oświadczamy, że oferta cenowa została opracowana zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia – na potwierdzenie powyższego dołączamy specyfikację techniczną zaoferowanego przedmiotu zamówienia.

**Imię i nazwisko osoby upoważnionej do kontaktu z Zamawiającym:**

.....

**nr telefonu** ..... **nr faksu** .....

**e-mail** .....

**Adres do korespondencji – wypełnić jeżeli jest inny niż na pieczęci firmowej:**

**kod** ..... **miasto**.....

**ulica, nr** .....

Podane wyżej dane kontaktowe (nr faksu/adres poczty elektronicznej) posłużą do przekazywania informacji w niniejszym rozpoznaniu rynku oraz wszelkich informacji związanych z realizacją umowy, będącej wynikiem rozpoznania. Dotyczy to również przekazywania informacji w zakresie naliczania kar umownych w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania umowy. Dokumenty przesłane na ww. nr faksu/adres poczty elektronicznej uważa się za doręczone Wykonawcy. Wykonawca zobowiązany jest do niezwłocznego potwierdzenia ich otrzymania. Za prawidłowe podanie danych teleadresowych odpowiada Wykonawca. W związku z powyższym, Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność za odbieranie na bieżąco poczty przekazywanej drogą elektroniczną na wyżej podany nr faksu/adres poczty elektronicznej. W przypadku zaniechania odbierania poczty w ww. sposób, Wykonawca ponosi wszelkie skutki z tego wynikające, a brak potwierdzenia otrzymania korespondencji nie powoduje przesunięcia terminów wskazanych w postępowaniu, przekazywanych informacjach i postanowieniach umowy.

.....

*podpisy osób uprawnionych do reprezentowania Wykonawcy*

....., dnia .....2018 r.