**Załącznik nr 4 do SWZ**

**Opis przedmiotu zamówienia** - usługa kompleksowego przygotowania, produkcji dwóch animowanych reklam (double billboard) wraz z ich emisją w Internecie i podsumowaniem kampanii informacyjno – promocyjnej dotyczącej Osi Priorytetowej I Rynek pracy otwarty dla wszystkich Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020, obejmującej swoim zasięgiem obszar województwa wielkopolskiego – część A.

1. **Przedmiot usługi.**

Przedmiotem usługi jest kompleksowe przygotowanie i produkcja dwóch animowanych reklam (double billboard) oraz ich emisja w Internecie wraz z dokumentacją podsumowującą w ramach kampanii informacyjno - promocyjnej dotyczącej Osi Priorytetowej I Rynek pracy otwarty dla wszystkich,tj. Działania 1.1 *Wsparcie osób młodych na regionalnym rynku pracy* – projekty pozakonkursowe oraz Działania 1.2 *Wsparcie osób młodych na regionalnym rynku pracy* Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020, obejmującej swoim zasięgiem obszar województwa wielkopolskiego.

Forma promocji, jaką jest reklama w Internecie, pozwoli na dotarcie do potencjalnych uczestników projektów ze szczegółowymi informacjami na temat możliwości i różnych form wsparcia, rezultatów oraz efektów wdrażania w zakresie projektów Działania 1.1 Wsparcie osób młodych na regionalnym rynku pracy – projekty pozakonkursowe oraz Działania 1.2 Wsparcie osób młodych na regionalnym rynku pracyPO WER 2014-2020 w województwie wielkopolskim.

Celem przedmiotowej kampanii będzie zachęcenie potencjalnych uczestników do skorzystania ze wsparcia w ramach Działania 1.1 i Działania 1.2 PO WER 2014-2020, zmobilizowanie ich do uczestnictwa w projektach oraz uświadomienie im korzyści wynikających z powyższego.

Kampania przypomni także mieszkańcom Wielkopolski, że instytucją która wdraża w regionie PO WER 2014-2020 jako Instytucja Pośrednicząca jest Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu, z siedzibą przy ul. Szyperskiej 14 w Poznaniu, a także, iż bezpłatne porady można uzyskać w Punkcie kontaktowym PO WER 2014+ od poniedziałku do piątku w godzinach od 7:30 do 15:30, za pomocą poczty elektronicznej e-mail: infoefs@wup.poznan.pl oraz infolinii pod numerem telefonu: 61 846 38 23.

1. **Cele kampanii reklamowej w Internecie oraz oczekiwane efekty jej przeprowadzenia.**

Cel mediowy kampanii:

* informowanie o możliwościach skorzystania z form wsparcia w ramach wdrażanej w województwie wielkopolskim Osi Priorytetowej I Rynek pracy otwarty dla wszystkichPO WER 2014-2020, a także o tym, gdzie można zasięgnąć informacji oraz bezpłatnych porad na ten temat,
* zapewnienie społeczeństwu informacji na temat projektów współfinansowanych z funduszy europejskich w ramach Działania 1.1 *Wsparcie osób młodych na regionalnym rynku pracy* – projekty pozakonkursowe oraz Działania 1.2 *Wsparcie osób młodych na regionalnym rynku pracy* PO WER 2014-2020 w województwie wielkopolskim.

Głównym i możliwym do osiągnięcia w krótkim odstępie czasu celem realizacji kampanii reklamowej w Internecie jest:

* promocja i wzrost zainteresowania potencjalnych uczestników projektów EFS oraz Działaniem 1.1 *Wsparcie osób młodych na regionalnym rynku pracy* – projekty pozakonkursowe oraz Działaniem 1.2 *Wsparcie osób młodych na regionalnym rynku pracy* PO WER 2014-2020 w województwie wielkopolskim,
* upowszechnienie korzyści wynikających z korzystania ze środków Unii Europejskiej w ramach EFS w województwie wielkopolskim,
* poinformowanie o możliwościach stwarzanych przez EFS i potencjalnych rezultatach możliwych do osiągnięcia w regionie w wyniku realizacji Osi Priorytetowej I Rynek pracy otwarty dla wszystkich PO WER 2014-2020 w województwie wielkopolskim,
* przyciągnięcie uwagi odbiorców komunikatów,
* promocja strony internetowej WUP w Poznaniu power-wuppoznan.praca.gov.pl przez okres trwania kampanii w województwie wielkopolskim,
* zwiększenie liczby odwiedzin strony internetowej WUP w Poznaniu power-wuppoznan.praca.gov.pl.

Cel długofalowy kampanii internetowej:

* wzmocnienie wśród mieszkańców województwa wielkopolskiego świadomości istnienia EFS i PO WER 2014-2020 w województwie oraz ich wkładu w rozwój regionu;
* aktywizowanie potencjalnych uczestników projektów PO WER 2014-2020 do ubiegania się o wsparcie z Funduszy Europejskich;
* zapewnienie szerokiej akceptacji społecznej dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich.
1. **Tematyka kampanii reklamowej w Internecie.**

Przewodnim tematem kampanii reklamowej w Internecie będzie informowanie grup docelowych o możliwościach skorzystania z form wsparcia w ramach Działania 1.1 *Wsparcie osób młodych na regionalnym rynku pracy* – projekty pozakonkursowe oraz Działania 1.2 *Wsparcie osób młodych na regionalnym rynku pracy* Osi Priorytetowej I Rynek pracy otwarty dla wszystkichPO WER 2014-2020, a także o korzyściach, jakie mieszkańcy województwa wielkopolskiego mogą czerpać z uczestnictwa w projektach PO WER 2014-2020 w województwie wielkopolskim. Szczególna uwaga w ramach kampanii zostanie zwrócona na konkretne planowane rezultaty działań, które będą podejmowane w ramach projektów PO WER 2014-2020. Reklama w Internecie skierowana do konkretnej grupy docelowej, poprzez dotarcie do wskazanego kręgu odbiorców – mieszkańców województwa wielkopolskiego z informacjami na temat EFS oraz PO WER 2014-2020, wzmocni komunikację wizualną zapewniając ich dobrą zapamiętywalność.

1. **Grupy docelowe kampanii – grupy mediowe kampanii informacyjno – promocyjnej.**

Mieszkańcy województwa wielkopolskiego:

1. osoby młode w wieku 18-29 lat bez pracy, w tym osoby z niepełnosprawnościami, zarejestrowane w PUP jako bezrobotne, w tym w szczególności te, które nie uczestniczą w kształceniu i szkoleniu - tzw. osoby z kategorii NEET.
2. pracownicy w wieku do 29 lat mikro-, małych i średnich przedsiębiorców oraz organizacji pozarządowych i podmiotów, o którym mowa w art. 3 ust. 3 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie **(dotyczy wsparcia służącego przeciwdziałaniu skutkom COVID-19).**
3. osoby fizyczne w wieku do 29 lat prowadzące działalność gospodarczą i niezatrudniające pracowników **(dotyczy wsparcia służącego przeciwdziałaniu skutkom COVID-19).**

(grupy docelowe Działania 1.1 *Wsparcie osób młodych na regionalnym rynku pracy* – projekty pozakonkursowe PO WER 2014-2020 )

1. osoby młode, w tym osoby z niepełnosprawnościami, w wieku 15-29 lat:
* pozostające bez pracy, w tym w szczególności osoby, które nie uczestniczą w kształceniu i szkoleniu (tzw. osoby z kategorii NEET),
* z następujących grup docelowych: imigranci (w tym osoby polskiego pochodzenia), reemigranci, osoby odchodzące z rolnictwa i ich rodziny, tzw. ubodzy pracujący, osoby zatrudnione na umowach krótkoterminowych oraz pracujący w ramach umów cywilno-prawnych.

(grupy docelowe Działania 1.2 *Wsparcie osób młodych na regionalnym rynku pracy* PO WER 2014-2020)

Wykonawca w ramach kampanii internetowej zobowiązany będzie do kompleksowego przygotowania i produkcji dwóch animowanych reklam (double billboardów) skierowanych do ww. grup docelowych. Pierwszy double billboard wyprodukowany i wyemitowany zostanie w I etapie kampanii informacyjno-promocyjnej. Do przygotowania i emisji drugiej reklamy wykonawca zobowiązany będzie w II etapie kampanii.

**Wskazanie ww. grup docelowych ma za zadanie pomóc wykonawcy przy przygotowywaniu przekazu graficznego i komunikacyjnego reklam. Tym samym ma na celu dostosowanie reklam do odpowiednich odbiorców w ramach kampanii informacyjno-promocyjnej.**

W celu dotarcia z komunikatem do określonych, wymienionych przez Zamawiającego grup docelowych, wymagane jest uwzględnienie w kampanii internetowej **targetowania geograficznego**: region (województwo wielkopolskie).

1. **Okres trwania kampanii.**

Kampania realizowana będzie w II etapach.

I etap – trwający od zawarcia umowy, obejmujący przygotowanie i produkcję jednej animowanej reklamy (double billboard) oraz jej emisję na każdym z pięciu lokalnych lub regionalnych portali/serwisów internetowych przez 21 kolejnych dni kalendarzowych w czerwcu 2021 r.

II etap – obejmujący przygotowanie i produkcję kolejnej animowanej reklamy (double billboard) oraz jej emisję na każdym z pięciu lokalnych lub regionalnych portali/serwisów internetowych przez 21 kolejnych dni kalendarzowych w październiku 2021 r.

Wykonawca zobowiązany będzie do wykonania prac objętych zamówieniem i zakończenia ich realizacji od dnia zawarcia umowy do dnia 01.12.2021 r., według uzgodnionego z Zamawiającym harmonogramem, z uwzględnieniem terminów na poszczególne etapy. Rozliczenie kampanii nastąpi w dwóch okresach rozliczeniowych, po podpisaniu protokołu należytego wykonania danego etapu przez obie strony umowy:

* po zakończeniu I etapu kampanii informacyjno – promocyjnej, tj. po zakończeniu emisji reklamy w czerwcu 2021 r. i przedstawieniu Zamawiającemu dokumentacji przebiegu kampanii oraz podsumowania kampanii internetowej wraz ze wskazaniem osiągniętej liczby odsłon na każdym ze wskazanych portali oraz określeniem liczby unique user (liczby unikalnych użytkowników odwiedzających określony serwis w określonym przedziale czasowym),
* po zakończeniu II etapu kampanii informacyjno – promocyjnej, tj. po zakończeniu emisji reklamy w październiku 2021 r. i przedstawieniu Zamawiającemu dokumentacji przebiegu kampanii oraz podsumowania kampanii internetowej wraz ze wskazaniem osiągniętej liczby odsłon na każdym ze wskazanych portali oraz określeniem liczby unique user (liczby unikalnych użytkowników odwiedzających określony serwis w określonym przedziale czasowym).
1. **Termin wykonania przedmiotu umowy:** nie później niż do dnia 01.12.2021 r.
2. **Rodzaj kampanii/model zakupowy planowanej kampanii w Internecie.**

**Kampania CPM** - inaczej kampania odsłonowa – działania w ramach kampanii emitowane będą w modelu zakupowym CPM (cost per mile), a więc za 1 000 odsłon reklamy (double billboardu). Szacunkowa liczba odsłon każdej reklamy w ramach każdego z dwóch etapów trwania kampanii – **co najmniej 50 000 odsłon reklamy łącznie na pięciu wskazanych w media planie portalach w ramach I etapu oraz co najmniej 50 000 odsłon reklamy łącznie na pięciu wskazanych w media planie portalach w ramach II etapu kampanii.**

Wykonawca w ramach realizacji przedmiotu zamówienia każdorazowo wraz z media planem kampanii, przedstawi Zamawiającemu plan emisji reklamy odpowiednio w ramach etapu I i II etapu, zawierający szacunkowa liczbę odsłon na każdym z portali.

**Model zakupowy kampanii internetowej**: model CPM lub model flat fee.

Zamawiający dopuszcza zastosowanie w ramach kampanii informacyjno - promocyjnej, stanowiącej przedmiot zamówienia, oprócz modelu CPM, modelu flat fee na pisemnie zaakceptowanych przez Zamawiającego portalach/serwisach internetowych, gdzie jest to możliwe.

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.

Kampania internetowa z opcją cappingu – 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 limit liczby kontaktów z każdą z dwóch animowanych reklam (np. double billboardów) wynosił maksymalnie 3 wyświetlenia każdej z nich na dobę/unikalnego użytkownika. Capping 3 – oznacza liczbę wyświetleń danej reklamy jednemu odbiorcy, tj. pojedynczy użytkownik zobaczy reklamę maksymalnie 3 razy/dobę.

1. **Format reklamy do kampanii.**

Pożądany przez Zamawiającego format reklamy todouble billboard.

1. **Zasięg terytorialny kampanii w Internecie:** regionalny – obejmujący obszar województwa wielkopolskiego (geotargetowanie zgodnie ze wskazaniami Zamawiającego).
2. **Zadania Wykonawcy (w ramach wynagrodzenia za przedmiot umowy):**

**W ramach realizacji przedmiotowej usługi Wykonawca ma zapewnić:**

1. **Kompleksowe przygotowanie i produkcję dwóch różnych animowanych reklam (double billboard) wraz z ich emisją w Internecie w ramach kampanii informacyjno - promocyjnej dotyczącej Europejskiego Funduszu Społecznego (EFS) i Osi Priorytetowej I Rynek pracy otwarty dla wszystkich PO WER 2014-2020, obejmującej swoim zasięgiem obszar województwa wielkopolskiego, w tym:**
2. przygotowanie i wykonanie dwóch animowanych reklam internetowych (po jednej w każdym etapie kampanii) - w formie animowanych billboardów zawierających elementy graficzne zapewnione przez Wykonawcę (obrazki, animacje, zdjęcia, gify, flashy, hasła – w formatach .jpg, .gif, .png, .swf) zgodnie ze wskazówkami Zamawiającego, z uwzględnieniem *Grafiki komunikatów w perspektywie finansowej 2014-2020*, *Podręcznika wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji*, *Księgi identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020,*
3. w ramach realizacji I etapu kampanii Wykonawca w terminie do 7 dni roboczych od dnia zawarcia umowy przedstawi dwa projekty reklam do konsultacji z Zamawiającym i pisemnej akceptacji. Zamawiający w terminie do 3 dni roboczych zgłosi uwagi lub wyda pisemną akceptację reklam. Wykonawca naniesie zmiany wynikające z uwag zgłaszanych przez Zamawiającego w terminie do 2 dni roboczych, a następnie po raz kolejny odda projekty pod pisemną akceptację Zamawiającego. Do emisji przekazany zostanie jeden zaakceptowany przez Zamawiającego projekt reklamy,
4. w ramach realizacji II etapu kampanii Wykonawca w terminie do 22.09.2021 r. przedstawi dwa projekty reklam do konsultacji z Zamawiającym i pisemnej akceptacji. Zamawiający w terminie do 3 dni roboczych zgłosi uwagi lub wyda pisemną akceptację reklam. Wykonawca naniesie zmiany wynikające z uwag zgłaszanych przez Zamawiającego w terminie do 2 dni roboczych, a następnie po raz kolejny odda projekty pod pisemną akceptację Zamawiającego. Do emisji przekazany zostanie jeden zaakceptowany przez Zamawiającego projekt reklamy,
5. double billboardy mają przekierowywać na stronę WUP w Poznaniu:  power-wuppoznan.praca.gov.pl,
6. przekaz graficzny i komunikacyjny reklam internetowych - mają za zadanie zachęcić
do odwiedzenia strony internetowej zawierającej informacje o EFS oraz PO WER 2014-2020: power-wuppoznan.praca.gov.pl. Treść reklam będzie uzgodniona z Zamawiającym,
7. Wykonawca zobligowany jest do stosowania zasad wynikających z aktualnie obowiązujących: Podręcznika wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji, Księgi identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020, Grafiki komunikatów w perspektywie finansowej 2014-2020 oraz Załącznika nr 2 Standardy dostępności dla polityki spójności 2014-2020 do Wytycznych w zakresie realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn w ramach funduszy unijnych na lata 2014-2020 przekazanych przez Zamawiającego w terminie do 3 dni roboczych od dnia zawarcia umowy,
8. wykonane double billboardy powinny zawierać m.in.: logotyp WUP w Poznaniu, flagę Unii Europejskiej z odwołaniem słownym do Unii Europejskiej i Europejskiego Funduszu Społecznego (logo UE EFS), logo Fundusze Europejskie Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój*,* znak barw RPoraz informację: „*Reklama współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego”* oraz inne spośród danych teleadresowych przekazanych przez Zamawiającego w terminie do 3 dni roboczych od dnia zawarcia umowy w ramach I etapu kampanii oraz w terminie do 15.09.2021 r. dla II etapu kampanii. Powyższe wynika z faktu, iż reklama wyprodukowana w II etapie prezentować będzie dane liczbowe, tym samym muszą być one aktualne. Jednocześnie w ww. terminach Zamawiający przekaże Wykonawcy wstępne scenariusze reklam,
9. logotypy oraz informacja o współfinansowaniu powinna znaleźć się na początku lub
na końcu materiału. Taka wzmianka powinna mieć formę tablicy/banneru/slajdu
i obejmować co najmniej 15% ekranu/powierzchni oraz być widoczna przez nie mniej niż 3 sekundy,
10. parametry techniczne double billboardów:
* double billboard – graficzny element reklamowy umieszczany centralnie w górnej części strony; kliknięcie w double billboard automatycznie przekierowuje do reklamowanej strony internetowej (tj. power-wuppoznan.praca.gov.pl),
* double billboard o tematyce dotyczącej możliwości skorzystania z form wsparcia w ramach Działania 1.1 oraz Działania 1.2 Osi Priorytetowej I Rynek pracy otwarty dla wszystkich PO WER 2014-2020, a także o tym, gdzie można zasięgnąć bezpłatnych porad oraz informacji na ten temat,
* planowane wymiary: 750 x 200 pikseli,
* waga: maksymalnie do 70 kB (Zamawiający wymaga, aby zarówno jeden, jak i drugi double billboard charakteryzował się wagą określoną do 70 kB, jednakże w przypadku konieczności dostosowania formatów oraz parametrów technicznych reklam do wymagań dotyczących emisji reklam na zaakceptowanych pisemnie portalach/serwisach internetowych (do potrzeb danej strony/portalu) dopuszczalna także będzie reklama o wadze przekraczającej 70 kB),
* pożądany format: JPEG (JPG), GIF, SWF (FLASH), PNG, JavaScript,
* wykonany w formatach emisji pozwalających na obejrzenie reklamy na laptopie i urządzeniach mobilnych (typu smartfon, tablet),
1. zadaniem Wykonawcy będzie również dostosowanie formatów oraz parametrów technicznych reklam do wymagań dotyczących emisji reklam na zaakceptowanych pisemnie portalach/serwisach internetowych (do potrzeb danej strony/portalu). Zamawiający w uzasadnionych przypadkach z uwagi na względy techniczne dopuszcza:
* możliwość zmiany parametrów technicznych double billboardu przez Wykonawcę po uzyskaniu pisemnej zgody Zamawiającego,
* dla maksymalnie 3 portali/serwisów, na których nie ma możliwości umieszczenia billboardu o wielkości 750 x 200 pikseli, wówczas Wykonawca zapewni emisję billboardu w wymiarach najbardziej zbliżonych do wyżej wskazanych.
1. **Zaplanowanie oraz przeprowadzenie kampanii reklamowej w Internecie:**
2. przygotowanie media planu kampanii (dla każdego double billboardu) oraz rezerwacja i emisja reklamy w Internecie (wraz z zakupem czasu emisji) z uwzględnieniem grup docelowych wskazanych przez Zamawiającego oraz terminu realizacji i czasu (okresu) trwania kampanii. Wykonawca jest zobowiązany do opracowania media planu (harmonogramu emisji każdej reklamy w ramach każdego etapu) kampanii na poszczególnych portalach/serwisach internetowych o charakterze lokalnym lub regionalnym województwa wielkopolskiego. W terminie do 2 dni roboczych od dnia zawarcia umowy Wykonawca przedstawi media plan dla I etapu kampanii wraz z uzasadnieniem wyboru oraz określeniem szacunkowej liczby potencjalnych odbiorców reklamy (użytkowników proponowanych portali/serwisów) do konsultacji z Zamawiającym i pisemnej akceptacji media planu. Jednocześnie w ramach realizacji II etapu kampanii informacyjno-promocyjnej, Wykonawca najpóźniej do 22.09.2021 r. przedstawi Zamawiającemu proponowany media plan dla II etapu wraz z uzasadnieniem wyboru oraz określeniem szacunkowej liczby potencjalnych odbiorców reklamy (użytkowników proponowanych portali/ serwisów) do konsultacji i pisemnej akceptacji. Każdorazowo media plan powinien zawierać informacje dotyczące planowanych mediów oraz najważniejszych parametrów kampanii w Internecie (nazwa portalu/serwisu, docelowa strona emisji, rodzaj i format reklamy, data początkowa i końcowa emisji). Zamawiający w terminie do 3 dni roboczych zgłosi uwagi lub wyda pisemną akceptację media planu. Wykonawca naniesie zmiany wynikające z uwag zgłaszanych przez Zamawiającego w terminie do 2 dni roboczych, a następnie po raz kolejny odda media plan pod pisemną akceptację Zamawiającego
3. umieszczenie oraz internetowa emisja double billboardów przez 21 kolejnych dni kalendarzowych w ramach każdego etapu kampanii zgodnie z media planem zaakceptowanym przez Zamawiającego na stronach lokalnych lub regionalnych portali/serwisów najczęściej odwiedzanych przez mieszkańców województwa wielkopolskiego, zaakceptowanych pisemnie przez Zamawiającego – reklamy w formie animowanych billboardów zawierających elementy graficzne (obrazki, animacje, zdjęcia, gify, flashy, hasła – w formatach .jpg, .gif, .swf) po kliknięciu na który użytkownik zostanie przekierowany na stronę internetową Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Poznaniu (IP PO WER 2014+) power-wuppoznan.praca.gov.pl.

Liczba kliknięć, przekierowań i odwiedzin strony internetowej power-wuppoznan.praca.gov.pl, jak również liczba odsłon reklam, nie może powodować podwyższenia ceny realizacji usługi.

Wykonawca jest zobowiązany do zapewnienia emisji (wraz z rezerwacją nośników
i zakupem mediów, czasu emisji) double billboardów w górnej części poszczególnych serwisów/portali, pod menu poziomym/ tzw. topem strony, a przed treściami właściwymi, zgodnie z media planem podlegającym pisemnej akceptacji Zamawiającego.

**Lokalizacja/ miejsce prowadzenia kampanii w Internecie:**

najczęściej odwiedzane przez mieszkańców województwa wielkopolskiego internetowe lokalne lub regionalne portale/ serwisy internetowe.

Wykonawca zobowiązany jest do emisji każdej z dwóch reklam internetowych **łącznie** **na pięciu** **najczęściej odwiedzanych przez mieszkańców województwa wielkopolskiego internetowych lokalnych lub regionalnych informacyjnych portalach/serwisach internetowychprzekazujących wiadomości z regionu.** **Przedmiotowe portale/serwisy internetowe powinny charakteryzować się liczbą odsłon na stronie średnio powyżej 80 000 miesięcznie.** **Tym samym double billboard (1) zostanie wyemitowany na pięciu internetowych lokalnych lub regionalnych portalach/serwisach internetowych oraz double billboard (2) zostanie wyemitowany na pięciu internetowych lokalnych lub regionalnych portalach/serwisach internetowych.**

Portale/serwisy internetowe będą podlegały konsultacji oraz pisemnej akceptacji Zamawiającego. Zamawiający dopuszcza także w ramach ww. portale ogólnopolskie, jeśli Wykonawca zastosuje podstrony lokalne/regionalne województwa wielkopolskiego, przekazujące wiadomości z regionu (województwo wielkopolskie/Miasto Poznań) z geotargetowaniem na obszar województwa wielkopolskiego.

**Monitorowanie prowadzonej kampanii w Internecie:**

W ramach realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca zapewni monitorowanie przebiegu kampanii poprzez narzędzie typu Adserwer – system informatyczny umożliwiający emisję i zarządzanie internetowymi kampaniami reklamowymi,
a także raportowanie i analizę wyników kampanii oraz podgląd w zakresie prowadzonej emisji reklamy, co zagwarantuje wykonanie emisji double billboardów w czasie trwania kampanii zgodnie z zaakceptowanym przez Zamawiającego mediaplanem (osobno dla każdego z double billboardów).

Wyżej wskazane narzędzie do monitorowania kampanii w Internecie należy traktować jako przykładowe. Zamawiający dopuszcza również inne narzędzia podobnego typu, pozwalające zapewnić wyżej określone cele w ramach realizacji przedmiotu zamówienia.

1. **Wykonanie i przedstawienie Zamawiającemu dokumentacji z przebiegu kampanii reklamowej w Internecie**

Po przeprowadzeniu kampanii reklamowej w Internecie Wykonawca dostarczy Zamawiającemu pisemne potwierdzenie wykonania emisji.

Wykonawca w ciągu 3 dni roboczych po zakończonej emisji reklam (double billboardów) w Internecie przedłoży Zamawiającemu drogą elektroniczną dokumentację przebiegu kampanii zawierającą potwierdzenie dotyczące emisji double billboardów w Internecie na każdym z pięciu lokalnych lub regionalnych portali/serwisów, a także podsumowanie kampanii internetowej wraz ze wskazaniem osiągniętej liczby odsłon na każdym ze wskazanych portali oraz określeniem liczby unique user (liczby unikalnych użytkowników odwiedzających określony serwis w określonym przedziale czasowym), w odniesieniu do każdej wyemitowanej reklamy.

Zamawiający wymaga, aby dokumentacja przedstawiona przez Wykonawcę zawierała min. 21 zdjęć/rzutów ekranowych z każdego etapu kampanii i obejmowała każdy pojedynczy zaplanowany w media planie dzień emisji. Dla Zamawiającego wystarczające będzie jedno ujęcie reklamy z danego dnia z wybranego portalu (jednego z pięciu), przy zastrzeżeniu, iż Wykonawca przedstawi każdego dnia zdjęcie/rzut ekranowy z innego portalu/serwisu internetowego. Każde zdjęcie/rzut ekranowy zawierać będzie: nazwę portalu/serwisu internetowego (adres strony internetowej), double billboard oraz widoczną datę emisji.

Na zdjęciu/rzucie ekranowym odnośnie każdego z portali/serwisów internetowych w odniesieniu do każdej daty emisji wystarczające będzie przedstawienie przez Wykonawcę uchwyconej na zdjęciu/rzucie ekranowym jednej z plansz graficznych w ramach animowanej całości każdego z dwóch double billboardów. Zamawiający nie wymaga zdjęć/rzutów ekranowych każdego fragmentu (wszystkich planszy graficznych) animowanych reklam.

Zamawiający nie określa w OPZ sposobu zliczania odsłon double billboardów. Zamawiający wskazuje, iż przez pojedynczą odsłonę należy rozumieć pojawienie się reklamy, każdą rozpoczętą emisję animowanych plansz graficznych double billboardu podczas realizacji kampanii informacyjno - promocyjnej stanowiącej przedmiot zamówienia na portalach/serwisach internetowych zaakceptowanych pisemnie przez Zamawiającego.

1. **Przekazanie Zamawiającemu reklam internetowych we wszystkich zastosowanych podczas kampanii wymiarach i formatach plików wraz z autorskimi prawami majątkowymi oraz z prawami zależnymi**

Wykonawca zobowiązany jest do przeniesienia na Zamawiającego, w ramach wynagrodzenia za realizację umowy, autorskich praw majątkowych wraz z prawami zależnymi do wykonanych, wg indywidualnych potrzeb Zamawiającego, reklam internetowych (w tym również elementów graficznych, z wyjątkiem grafiki wynikającej z dokumentu *Grafika komunikatów w perspektywie finansowej 2014-2020*).

Wszelkie majątkowe prawa autorskie do reklam internetowych, wraz z prawami zależnymi, zamieszczonych w przedmiocie umowy, z chwilą dokonania protokolarnego odbioru należytego wykonania II etapu kampanii, w ramach wynagrodzenia za wykonanie przedmiotu umowy, przechodzą na Zamawiającego. W ramach powyższego Zamawiający zobowiązuje Wykonawcę do przejęcia pełni praw autorskich majątkowych wraz z prawami zależnymi od osób trzecich oraz przekazania Zamawiającemu w stanie wolnym od obciążeń prawami osób trzecich. Powyższe uprawnienia dotyczą również prawa do kolejnych publikacji w różnych formach i środkach przekazu (bez ograniczeń), również bez ograniczeń co do czasu, liczby egzemplarzy, zasięgu czy terytorium.

Przeniesienie majątkowych praw autorskich wraz z prawami zależnymi, o których stanowi ust. 1 i 2, następuje bez ograniczeń co do zasięgu, środków przekazu, terytorium, czasu, liczby egzemplarzy, w zakresie poniższych pól eksploatacji:

1. utrwalanie,
2. zwielokrotnianie następującymi technikami: cyfrową, laserową, światłoczułą, drukarską, analogową, reprograficzną, fotograficzną, zapisu magnetycznego,
3. rozpowszechnianie, w tym wprowadzanie do obrotu oryginałem albo egzemplarzami, na których utwór utrwalono – wprowadzenie do obrotu, użyczenie oryginału albo egzemplarzy (nieodpłatne skierowane do zainteresowanych instytucji, osób prawnych i fizycznych),
4. wprowadzanie do pamięci komputera,
5. digitalizacja,
6. publiczna prezentacja, wyświetlanie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie, a także publiczne udostępnianie w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i czasie przez siebie wybranym,
7. prawo do korzystania w całości lub w części oraz ich łączenia z innymi dziełami lub zadaniami;
8. wprowadzenie w całości lub w części do sieci komputerowej Internet w sposób umożliwiający transmisję odbiorczą przez zainteresowanego użytkownika łącznie z utrwalaniem w pamięci RAM.