Nr sprawy: WUPXXV/3/0724/31/2016 Poznań, dnia 4 listopada 2016 r.

**Wszyscy uczestnicy postępowania**

**Dotyczy postępowania na: kompleksowe przygotowanie i produkcję reklamy (double billboard) wraz z jej emisją w Internecie w ramach kampanii promocyjnej Osi priorytetowej I Osoby młode na rynku pracy POWER 2014 - 2020 obejmującej swoim zasięgiem obszar województwa wielkopolskiego.**

W związku z prośbą o wyjaśnienie treści zapytania ofertowego w przedmiotowym postępowaniu, działając w trybie rozdziału 16 art. ust. 2 zapytania ofertowego, wyjaśniam, co następuje:

**Pytanie nr 4:**

Czy kreacja może być w formacie HTML5 ?

**Odpowiedź 4:**

Zamawiający dopuszcza kreację m. in. w formacie HTML 5. Inne określone przez Zamawiającego formaty double billboard to: JPEG (JPG), GIF, SWF (FLASH), PNG, JavaScript. Zgodnie z zapisami OPZ Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania
i wykonania animowanej reklamy internetowej – double billboardu – reklamy w formie animowanego billboardu zawierającego elementy graficzne zapewnione przez Wykonawcę (obrazki, animacje, zdjęcia, gify, flashy, hasła – w formatach .jpg, .gif, .png, .swf) zgodnie ze wskazówkami Zamawiającego.

Zadaniem Wykonawcy będzie również dostosowanie formatów oraz parametrów technicznych reklamy do wymagań dotyczących emisji reklamy na zaakceptowanych pisemnie portalach/ serwisach internetowych (do potrzeb danej strony/ portalu).

**Pytanie nr 5:**

Przetarg zakłada emisję na 5 serwisach przez 14 dni na górnym DBB, zakończony przed
6 grudnia – czy założono w tej kwestii stałą emisję przez 14 dni? Czy może jest jakaś minimalna liczba odsłon?

**Odpowiedź 5:**

Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania media planu kampanii oraz rezerwacji
i emisji reklamy w Internecie (wraz z zakupem czasu emisji) z uwzględnieniem grupy docelowej wskazanej przez Zamawiającego oraz terminu realizacji i czasu (okresu) trwania kampanii. Liczba odsłon jest elementem media planu podlegającego konsultacji
z Zamawiającym i pisemnej akceptacji. Portale/ serwisy internetowe powinny charakteryzować się liczbą odsłon na stronie średnio powyżej 80 000 miesięcznie. Zatem, Zamawiający wymaga, aby szacunkowa liczba odsłon na każdym z portali/ serwisów internetowych wynosiła co najmniej 40 000 przez cały okres trwania kampanii reklamowej. Zamawiający dopuszcza możliwość wyświetlania double billboard naprzemiennie z innymi reklamami lub w formie stałej Flat Fee.

**Pytanie nr 6:**

Terminarz – oferta jest do złożenia w poniedziałek 7 listopada. Czy ogłoszenie wyników będzie tego samego dnia? Kiedy będzie podpisywana umowa z zwycięskim oferentem?

**Odpowiedź 6:**

Ogłoszenie wyników nastąpi z chwilą wyboru Wykonawcy. Zamawiający nie jest w stanie precyzyjnie określić daty wyłonienia Wykonawcy, gdyż mają na to wpływ czynniki od niego niezależne jak np. konieczność uzupełnienia ofert, wyjaśnienia itp. W interesie Zamawiającego leży jak najszybsze rozstrzygniecie postępowania.

Barbara Wyrzykiewicz

p.o. Kierownika Wydziału ds. Zamówień Publicznych

Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Poznaniu