



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



GMINA OŻAROWICE
ul. Dworcowa 15
42-625 OŻAROWICE

Ożarowice, 23 października 2012 r.

WYKONAWCY

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na przeprowadzenie promocji inwestycyjnej Gminy Ożarowice

Na podstawie art. 38 ust. 2 ustawy Prawo Zamówień Publicznych (Dz. U. z 2010 r. nr 113 poz. 759 ze zm.) Gmina Ożarowice przekazuje treść zapytań dotyczących zapisów Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia wraz z odpowiednimi wyjaśnieniami. W przedmiotowym postępowaniu wpłynęły następujące zapytania:

1. Kampania odślonowa:

- 1.1. Przygotowanie oraz emisja graficznych form reklamowych na portalach związanych z inwestycjami, gospodarką lub biznesem – **na ilu portalach?**
- 1.2. Dozwolone formy reklamy i ich minimalne rozmiary: Billboard 750x100, Rectangle 300x250, Sky scraper 120x600 – Ma zostać wyemitowana jedna dowolna z tych form?
Wykonawca sam ma wybrać formę reklamową?

2. Kampania internetowa – PR:

- 2.1. Zapowiedź tekstowo-graficzna z linkiem do artykułu na stronie głównej portalu – **przez ile dni?**

3. Folder:

- 3.1. Opracowanie treści merytorycznej na podstawie materiałów dostarczonych przez Zamawiającego czy samodzielnie pozyskane treści przez Wykonawcę



**PROGRAM
REGIONALNY**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Odpowiedzi:

Ad 1.1

Liczba wykorzystanych portali zależy wyłącznie od Wykonawcy. Wykonawca jest zobowiązany, by wykorzystywane źródło emisji reklamy spełniało wymagania postawione w SIWZ odnośnie minimalnej liczby odsłon portalu i unikalnych użytkowników. Wykonawca jest również zobowiązany, by zapewnić efektywność wyświetlanych reklam, mierzoną przez liczbę odsłon reklam graficznych – minimalna ilość to 120.000 przez 4 miesiące (30.000 odsłon na miesiąc) z ograniczeniem 3 odsłon na jednego użytkownika.

Ad 1.2

Wykonawca ma dowolność w kwestii wyboru form reklamy, przy czym Wykonawca jest zobowiązany zachować wymaganą efektywność w kwestii liczby odsłon.

Ad 2.1

Zapowiedź tekstowo-graficzna powinna być emitowana razem z artykułem sponsorowanym przez tydzień.

Ad 3.1

Zamawiający dostarczy Wykonawcy podstawowe informacje na temat promowanych terenów inwestycyjnych (np. przeznaczenie terenów, lokalizacja terenów). Pozostały zakres informacji Wykonawca musi opracować samodzielnie.

Jednocześnie informuję, że termin składania ofert nie ulega zmianie.

Z poważaniem

WÓJT
[Signature]
mgr inż. Grzegorz Czapla