**RESPOSTA ESCLARECIMENTO (2)**

Segue resposta ao esclarecimento solicitado, referente à CP 002/2023:

Solicitamos os seguintes esclarecimentos:

**1)**    **Sobre o objetivo da campanha**
O briefing apresenta uma série de ações realizadas pela Prefeitura de Niterói nos últimos anos, assim como elenca as ações previstas no Plano Niterói 450, considerando que o objetivo de comunicação é "desenvolver uma campanha publicitária, incluindo ações de mídia e não mídia que visem integrar as ações descritas acima em uma grande campanha com o tema Niterói 450 anos”. Gostaríamos apenas de esclarecer: somente ações previstas no Plano Niterói 450 deverão ser contempladas na proposta criativa (campanha)?

**RESPOSTA:** Sim. Devem ser levadas em conta como mensagem principal as ações referentes ao Plano Niterói 450 Anos. As demais informações foram incluídas no briefing com o objetivo de contextualizar a cidade de Niterói no cenário atual.

**2)**    Ainda neste escopo, é importante entender com mais clareza onde reside o objetivo central da campanha: numa prestação de contas? Numa campanha de aniversário? Ou numa abordagem de pertencimento e orgulho local?

**RESPOSTA:** O propósito é uma campanha guarda-chuva com diferentes abordagens no mês de novembro, quando a cidade completa os 450 anos. As abordagens podem ter vários vieses, dependendo do assunto, desde a prestação de contas até o tom festivo pela comemoração do aniversário do município. Pertencimento e orgulho são características inerentes à população de Niterói e também devem ser exploradas nas peças de campanha.

**3)**    **Sobre a campanha voltada a turistas e investidores**
Dentre os públicos-alvo apresentados, estão incluídos também turistas e investidores. Todavia, não há no briefing informações claras a serem mostradas a este público (considerando, naturalmente, que ações do Plano Niterói 450 ainda estão em curso). Logo, perguntamos: para atração de turistas e investidores, ainda devem ser consideradas entregas integrantes do Plano Niterói 450 ou devemos utilizar outras informações?

**RESPOSTA:** Niterói tem vasta oferta de atrativos turísticos, com patrimônios históricos, arquitetônicos e naturais e algumas das ações do Plano Niterói 450 Anos contemplam parte desses locais e/ou promovem a infraestrutura necessária para reforçar a vocação turística da cidade, ou mesmo, as condições imprescindíveis para novos investimentos privados no município.

**4)**    Ou quais são as entregas que precisamos prestar contas?

**RESPOSTA:** Essa escolha deverá ser feita com base nas informações sobre o Plano Niterói 450 Anos, disponíveis no site [www.niteroi450anos.com.br](http://www.niteroi450anos.com.br)

**5)**    Ou quais são as qualidades capazes de atrair investimentos?

**RESPOSTA:** Vide resposta ao item 4.

**6)**    Qual o período que devemos considerar para as Tabelas dos veículos - 5 de abril de 2023?

**RESPOSTA:** Sim, 5 de abril de 2023.

**7)**    Considerando o ítem 11.3.4.3, alíneas a e b onde temos: a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação e b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços, questionamos:

- Sobre as plataformas digitais que não possuem tabelas de valores, a exemplo do Google, Facebook, Instagram, Linkedin, Twitter e YouTube, é possível apresentar no Plano de Mídia valores da tabela de preços de Trading Desk (empresas responsáveis pela compra de mídia programática)? Sim ou não?

**RESPOSTA**: Sim.

 **8)**    Referente ao item 11.8.1.1 – As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas no período de 2 a 5 anos anterior a licitação do Repertório e o item 11.10.2 – Os relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados no período de 2 a 5 anos anterior a licitação dos Relatos, para que não reste dúvida perguntamos:

a.     as peças devem ter sido criadas, implementadas, veiculadas ou distribuídas prioritariamente nos últimos 2 (dois) anos (de 2021 pra cá), podendo chegar até a 5 (cinco) anos (2018) como data limite?

b.     Ou devem ter sido criadas, implementadas, veiculadas e distribuídas no período de março de 2018 a março de 2021?

**RESPOSTA**: A primeira opção, podem ter sido criadas preferencialmente nos dois últimos anos, com o limite retroativo a 2018, ou seja, cinco anos.

*Atenciosamente,*

Secretaria Municipal de Ações Estratégicas e Economia Criativa