

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA
PRZYGOTOWANIE I REALIZACJA KOMPLEKSOWEJ
USŁUGI DOTYCZĄCEJ PROMOCJI PROJEKTU
POD NAZWĄ:
REGIONALNA PLATFORMA CYFROWA DORZECZA
WIEPRZY I GRABOWEJ II –INFRASTRUKTURA
SZEROKOPASMOWEJ SIECI TELEINFORMATYCZNEJ

I. INFORMACJE WSTĘPNE

1.1. Wprowadzenie:

Termin realizacji projektu pn. Regionalna Platforma Cyfrowa Dorzecza Wieprzy i Grabowej II - Infrastruktura Szerokopasmowej Sieci Teleinformatycznej **od 04 października 2011 roku do 30 września 2013 r.**

W założeniach, projekt ma umożliwić zapewnienie powszechnego, szybkiego dostępu do wiedzy, usług elektronicznych oraz informacji dla obywateli, przedsiębiorców oraz jednostek administracji publicznej poprzez szerokie upowszechnienie dostępu do usług Internetu szerokopasmowego.

1.2. Cele projektu:

Głównym celem przedsięwzięcia jest **rozwój społeczeństwa informacyjnego na terenie Województwa Zachodniopomorskiego**, poprzez stworzenie odpowiedniej infrastruktury informatycznej na terenie Powiatu Sławieńskiego.

Informacja na temat Projektu pn. Regionalna Platforma Cyfrowa Dorzecza Wieprzy i Grabowej II - Infrastruktura Szerokopasmowej Sieci Teleinformatycznej:

1. projekt będzie realizowany w trybie zaprojektuj i wybuduj,
2. projekt będzie realizowany przez Gminę Miasto Sławno (Zamawiający), która jest Liderem Projektu oraz przez Gminy Sławno, Malechowo, Postomino i Powiat Sławieński (Partnerzy Projektu),
3. projekt zakłada polepszenie dostępu do sieci szerokopasmowych dla mieszkańców i instytucji miejskich oraz zwiększenie bezpieczeństwa danych,
4. realizacja przedsięwzięcia polegać będzie na wybudowaniu szerokopasmowych sieci teleinformatycznych,
5. Zamawiający wdroży projekt, poprzez zastosowanie sieci hybrydowych, zrealizowanych w sieci dystrybucyjnej jako światłowód, a w warstwie dostępowej jako sieć światłowodowa i radiowa. Dla realizacji przyjętych założeń zostanie wybudowana infrastruktura pasywna, tj. rurociągi teletechniczne, maszty sieci radiowej oraz sieć kabli światłowodowych i przesył transmisji radiowej opartych o nielicencjonowane częstotliwości. W ramach projektu będą dostarczone i zainstalowane urządzenia dystrybucyjne sieci i urządzenia dostępowe, które będą wykorzystywane dla świadczenia usług transmisyjnych dla wybranych miejskich, powiatowych i gminnych jednostek organizacyjnych oraz przyłączenia ich do sieci Internet,
6. urządzenia szkieletowe sieci WAN i urządzenia zapewniające styk z operatorami zapewniającymi usługę dostępu do Internetu i innych sieci zewnętrznych (router peeringowy) dla całej sieci zostaną zlokalizowane w serwerowni Urzędu Miejskiego w Sławnie,
7. powstała w ramach projektu sieć będzie strukturą niezależną od istniejących sieci operatorów działających obecnie na rynku,
8. do sieci tej planowane jest podłączenie takich instytucji publicznych jak: Urząd Miejski, Urzędy Gmin, Starostwo Powiatowe, szkoły średnie, gimnazja i szkoły podstawowe, przedszkola, szpital, jednostki policji, biblioteki publiczne, gminne jednostki organizacyjne, świetlice oraz inne ważne instytucje,
9. planowane jest uruchomienie czterech węzłów dystrybucyjnych w jednostkach gminnych,

10. na terenach gmin planuje się budowę infrastruktury dostępowej na potrzeby jednostek, dodatkowo w ramach realizacji przedsięwzięcia powstaną otwarte strefy dostępu do Internetu - Hot Spot,
11. projekt można podzielić na następujące fazy realizacji przedsięwzięcia:
 - projekt budowy sieci,
 - budowa światłowodu,
 - budowa radiolinii,
 - zakup i montaż aktywnych urządzeń sieciowych,
 - wdrożenie systemu zarządzania,
12. roboty budowlane będą wykonywane na podstawie umowy pomiędzy Zamawiającym, a Wykonawcą robót z udziałem środków w ramach RPO WZ na lata 2007-2013.

II. CELE PROMOCJI

2.1. Oczekiwania wobec przekazu

Dobrze zaplanowana i poprawnie wdrożona kampania promocyjna jest warunkiem powodzenia idei towarzyszących projektowi. Oczekuje się, aby działania oraz narzędzia, uruchomione w ramach Planu Promocji, były zawsze adekwatne do celów (cel główny oraz szczegółowe) oraz optymalnie dostosowane do odbiorcy. Wszystkie działania promocyjne posiadają wspólny podstawowy cel, jakim jest poinformowanie grupy odbiorców określonej w przyjętym Planie Promocji.

2.2. Cele

Celem działań informacyjnych i promocyjnych jest zwiększenie świadomości opinii społecznej na temat udziału środków Unii Europejskiej w projektach realizowanych w ramach RPO WZ na terenie Województwa Zachodniopomorskiego oraz zwiększenie świadomości tzw. grupy docelowej na temat założeń, celów i rezultatów projektu. Działania informacyjne i promocyjne podejmowane w związku z realizacją Projektu w sposób bezpośredni będą służyły informowaniu opinii publicznej o fakcie dofinansowania realizacji Projektu w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013. Przyjęte środki i metody w sposób pośredni będą służyły kształtowaniu świadomości społeczeństwa w zakresie realizacji Narodowej Strategii Spójności oraz efektów wykorzystania Funduszy Europejskich w Polsce. Celem działań informacyjnych i promocyjnych będzie dostarczenie opinii społecznej informacji w zakresie europejskiej polityki spójności, jej bezpośredniego związku z celami rozwojowymi kraju oraz upowszechniania korzyści płynących z wykorzystania Funduszy Europejskich, a pośrednio z integracji z Unią Europejską.

2.3. Cele szczegółowe kampanii promocyjnej:

- kreowanie pozytywnego, atrakcyjnego wizerunku Województwa Zachodniopomorskiego jako inwestora w infrastrukturę telekomunikacyjną w ramach projektu;
- eksponowanie dobrych praktyk, wzorców, rozwiązań w dziedzinie telekomunikacji wypracowanych w trakcie realizacji projektu;
- przełożenie zbudowanej świadomości na bardziej sprecyzowane postawy oraz działania w dłuższej perspektywie;
- poinformowanie grup odbiorczych o korzyściach wynikających z posiadania szerokopasmowego dostępu do Internetu;

Kampania promocyjna powinna być realizowana w miarę możliwości w mediach branżowych, samorządowych, pozarządowych, powiązanych pośrednio lub bezpośrednio z obszarem działań

projektu.

2.4. Grupy docelowe

Kampania komunikacyjna będzie prowadzona na obszarze realizacji projektu i województwa zachodniopomorskiego i obejmie wskazane poniżej grupy docelowe, do których skierowane zostaną działania informacyjno-promocyjne.

Odbiorców kampanii stanowią: mieszkańcy, instytucje administracji publicznej, organizacje społeczne, decydenci i liderzy (z branży telekomunikacji i teleinformatyzacji), podmioty gospodarcze (lokalne, regionalne, krajowe).

III. ZAKRES ZADAŃ WYKONAWCY

3. Zasady ogólne

Zadaniem Wykonawcy jest przygotowanie kampanii promocyjnej, która powinna posiadać zasięg lokalny i regionalny oraz wykorzystywać m.in. kanały komunikacji jak: radio, Internet, telewizja oraz outdoor.

W trakcie przygotowywania kampanii promocyjnej należy przestrzegać podstawowych zasad komunikowania, tj. wiarygodność informacji, przystępność, łatwość identyfikacji i dostępność. Działania informacyjne i promocyjne objęte przedmiotem zamówienia wykonane zostaną zgodnie z wymogami określonymi w Rozporządzeniu Rady (WE) nr 1083/2006 z dnia 11 lipca 2006 roku ustanawiającym przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności i uchylające Rozporządzenie (WE) nr 1260/1999, Rozporządzeniu Komisji (WE) nr 1828/2006 z dnia 8 grudnia 2006 roku ustanawiające szczegółowe zasady wykonania Rozporządzenia Rady (WE) 1083/2006 ustanawiającego przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności oraz Rozporządzenia (WE) 1080/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Wytycznych Ministra Rozwoju Regionalnego pn. Wytyczne w zakresie informacji i promocji, Strategii Komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007 – 2013, Zasadach promocji projektów dla beneficjentów projektów Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013. Umowie o dofinansowanie Projektu, innych właściwych wytycznych/zasadach Instytucji Zarządzającej/Instytucji Pośredniczącej/Instytucji Wdrażającej dotyczących realizacji obowiązków informacyjno – promocyjnych. W związku z powyższym Wykonawca powinien zapoznać się z dokumentami dotyczącymi promocji. Dokumenty są zamieszczone na stronie internetowej www.rpo.wzp.pl.

3.1. Charakterystyka zamówienia:

Zamawiający powierza Wykonawcy przeprowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych poprzez wykonanie następujących instrumentów informacyjnych i promocyjnych:

Zadania Wykonawcy

L.p.	Zadanie	Termin
1.	Opracowanie Planu Promocji Projektu obejmującego media plan	14 dni roboczych licząc od dnia podpisania umowy z Zamawiającym

2.	Opracowanie systemu identyfikacji wizualnej projektu w tym stworzenie serwisu internetowego, projektów materiałów promocyjnych, banerów internetowych, plakatów, narzędzia outdoor	15 dni roboczych licząc od dnia, w którym dokonany został odbiór bez zastrzeżeń Planu Promocji projektu
3.	Organizacja wydarzeń tj.: konferencje, spotkania informacyjno-promocyjne, festyny technologiczne (wybór rodzaju wydarzenia należy być zawarta w Planie Promocji)	do 28 września 2013 r.
4.	Wykonanie i dostarczenie materiałów informacyjno promocyjnych, zatwierdzonych przez Zamawiającego	w terminie wyznaczonym w Planie Promocji
5.	Realizacja kampanii medialnej (radio, telewizja regionalna, prasa lokalna i regionalna, Internet, narzędzia outdoor)	do 28 września 2013 r. harmonogram realizacji kampanii medialnej jest uzależniony od media planu, znajdującego się w Planie Promocji projektu, zaakceptowanego przez Zamawiającego.

Zadanie wskazane w tabeli w pkt. 1-5 wymagają akceptacji Zamawiającego.

Uszczegółowienie zadań:

Ad 1)

Wykonawca będzie zobowiązany do realizacji kompleksowej usługi promocji projektu w oparciu o przygotowany przez siebie i zaakceptowany przez Zamawiającego Plan Promocji, który będzie zawierał :

- a) szczegółową koncepcję promocji projektu,
- b) plan medialnej promocji projektu (w szczególności wskazanie rodzaju mediów oraz wybrane formy reklamowe z uwzględnieniem czasu emisji),
- c) harmonogram rzeczowo-finansowy realizacji promocji projektu, tzw. harmonogram zbiorczy z dokładnym podaniem terminów realizacji poszczególnych zadań i dostawy produktów, który ma być dostosowany do harmonogramu rzeczowo-finansowego projektu, również wtedy gdy harmonogram rzeczowo-finansowy projektu ulegnie zmianie.

Wytyczne dotyczące poszczególnych kampanii opisane są poniżej, w pkt. Ad. 5)

Szczegółowa procedura odbioru produktów promocji została wskazana w umowie.

Zamawiający zastrzega sobie możliwość zmiany Planu Promocji w trakcie realizacji przedmiotu zamówienia.

Ad 2)

Wykonawca przygotowuje, przedstawi i dostarczy system identyfikacji wizualnej projektu, mający za zadanie stworzyć unikalną tożsamość i wizerunek projektu, zawierający m.in.: serwis internetowy, logo i inne elementy graficzne, kolorystykę, typografię, slogany, projekty materiałów reklamowych, itp.

Ponadto Wykonawca opracuje, przedstawi i dostarczy wszystkie elementy dodatkowych elementów identyfikacji takie jak: dodatkowe symbole graficzne, layout do prezentacji multimedialnych, szablony papeterii do poczty elektronicznej, banery statyczne oraz w technologii flash

(o proporcjach: 1:1, 3:2, 3:1) itp., a także projekty graficzne związane z opisanymi powyżej narzędziami komunikacji (outdoor, materiały informacyjno-promocyjne itp.).

Serwis Internetowy - Informacja na stronach internetowych Lidera oraz Partnerów projektu

Na stronach zamieszczane będą bieżące informacje z postępów prac, informacja o przyznaniu dofinansowania, rozpoczęciu projektu, realizacji kolejnych etapów, zakończeniu i rozliczeniu projektu.

W ramach opracowania serwisu internetowego wykonawca opracuje projekt graficzny serwisu internetowego nawiązujący wizualnie do projektu strony www.wrotarpc.pl. Wykonawca przedstawi propozycje trzech (3) layoutów serwisu oraz przedstawi specyfikację funkcjonalności i zawartości. Przedstawione przez Wykonawcę propozycje podlegają akceptacji w terminie trzech (3) dni roboczych od dnia otrzymania przez Zamawiającego ww. propozycji. Wykonawca w ciągu trzech (3) dni kalendarzowych uwzględni zgłoszone przez Zamawiającego uwagi i przedstawi poprawione propozycje. Następnie, w oparciu o zaakceptowane przez Zamawiającego propozycje, wykona i dostarczy w pełni funkcjonalny serwis gotowy do zainstalowania na serwerze Zamawiającego.

Ponadto Wykonawca zapewni, że projekt graficzny strony będzie wykonany indywidualnie w ramach umowy, do której załącznikiem jest poniższy OPZ i zarówno jako całość jak i we fragmentach nie będzie powielany w ramach innych projektów.

Serwis internetowy musi bazować na systemie zarządzania treścią Joomla w wersji 1.5 lub 1.6 lub być zgodny z poniższymi wymaganiami.

Dostarczony przez Wykonawcę Serwis internetowy musi posiadać co najmniej następujące funkcjonalności:

- a) zgodność z przeglądarkami internetowymi: IE7+, Firefox 3+, Opera, Google Chrome, Safari;
- b) hasła administratorów przechowywane w postaci niejawnej;
- c) pełna obsługa błędów oraz wyjątków realizowana za pomocą komunikatów dla użytkownika;
- d) zgodność kodu HTML, XHTML oraz CSS ze standardami W3C;
- e) architektura wielowarstwowa, zawierająca warstwy danych, logiki aplikacji oraz prezentacji;
- f) przechowywanie danych przy użyciu silnika bazodanowego MySQL 5;
- g) zabezpieczenie przed atakami typu XSS, SQLInjection itp.;
- h) system zarządzania treścią CMS wyposażony w polski interfejs oraz intuicyjny i przyjazny dla użytkownika edytor tekstowy umożliwiający tworzenie dokumentów przy pomocy intuicyjnego edytora, niewymagającego od redaktorów znajomości języka HTML;
- i) optymalizacja dla wyszukiwarek internetowych, tj. przyjazne linki, metadane definiowane indywidualnie dla każdej z podstron;
- j) wykonany w oparciu o połączenie technologii PHP, JS, flash, Action Script, HTML, CSS;
- k) zgodność kreacji graficznej, architektury informacji, nawigowania pomiędzy podstronami z zasadami web usability;
- l) odtwarzanie filmów za pomocą playera z uwzględnieniem strumieniowania danych;
- m) interaktywna mapa prędkości dotycząca nasycenia infrastruktura telekomunikacyjna;

- n) ankieta: głosowanie z ograniczeniem do jednego głosu z danego adresu IP i uwzględnieniem wszelkich oddanych głosów;
- o) około 5-10 edytowalnych podstron z możliwością umieszczania tekstu, embedowania elementów flash oraz uploadu materiałów graficznych z poziomu przeglądarki internetowej;
- p) prezentacja flash zawierająca około 5-10 slajdów dostosowana na potrzeby strony internetowej;
- q) formularz kontaktowy obsługujący zgłoszenia z poziomu przeglądarki internetowej;
- r) mechanizm polecenia wysyłający na wskazany adres e-mail określona przez administratora treść wiadomości;
- s) musi zostać zgłoszony do internetowych wyszukiwarek;
- t) zoptymalizowanie kodu strony pod kątem pozycjonowania strony w wyszukiwarce Google, wraz z zamieszczeniem w kodzie strony i jej podstron wskazanych przez Zamawiającego słów kluczowych.

System identyfikacji wizualnej projektu zostanie przekazany w plikach zamkniętych oraz źródłowych. Szczegółowa procedura odbioru produktu została opisana w umowie. Wykonawca będzie prowadził serwis internetowy (aktualizacja) w porozumieniu z Zamawiającym.

Ad 3)

Zorganizowanie 10 otwartych wydarzeń (o charakterze informacyjno-promocyjnym), promujących projekt oraz nowoczesne technologie i narzędzia komunikacji związane z realizacją projektu, jego głównymi i szczegółowymi celami z zapewnieniem m.in. multimedialnych prezentacji, warsztatów elektronicznych, interaktywnych konkursów tematycznych i innych zaproponowanych przez Wykonawcę.

Podczas otwartych wydarzeń Wykonawca ma zapewnić:

- stoiska promujące nowe technologie,
- stoiska oferujące możliwość aktywnego uczestnictwa zwiedzających,
- projekcje filmu i spotu reklamowego.

W ramach organizacji każdego z wydarzeń Wykonawca, w porozumieniu z Zamawiającym:

- przygotuje program wydarzenia (zaakceptowany przez Zamawiającego),
- przygotuje treść i wzór zaproszenia, następnie wydrukuje zaproszenia na papierze i w formie elektronicznej zgodnie z przygotowanym przez Wykonawcę systemem identyfikacji wizualnej oraz wyśle je na 20 dni roboczych przed terminem wydarzenia do uczestników wskazanych przez Zamawiającego,
- zapewnieni salę albo inne miejsce wykonania usługi, zawierające:
 - odpowiednią ilość miejsc (ok. 100 os.),
 - stół prezydialny dla min. 3 osób (jeśli przewiduje to scenariusz imprezy),
 - nagłośnienie (w tym 2 mikrofony bezprzewodowe i dwa mikrofony na stole prezydialnym),
 - projektor multimedialny,
 - ekran,
 - laptop,
 - oznakowanie Sali lub innego miejsca materiałami informacyjno-promocyjnymi,
- zapewni moderatora wydarzenia (jeśli przewiduje to scenariusz imprezy),
- zapewni technologicznych współorganizatorów wydarzenia (jeśli przewiduje to scenariusz

imprezy),

- zapewni warunki techniczne umożliwiające realizację przyjętego scenariusza imprezy.

Ad 4)

Wykonawca wykona (na podstawie zatwierdzonych przez Zamawiającego projektów, o których mowa w pkt 2) i dostarczy następujące materiały informacyjno-promocyjne:

1. Tablice informacyjno/pamiątkowe 110 sztuk (dostawa oraz montaż w miejscach wskazanych przez Zamawiającego).

Specyfikacja techniczna tablicy pamiątkowej:

- rozmiar planszy tablicy: 0.9 m (szerokość) x 0,7 m (wysokość) w układzie poziomym, umieszczona na wysokości min. 1,5 m od podłoża do dolnej krawędzi tablicy.
- materiał: pleksa o grubości 0,5 cm,
- kolorystyka: zgodna z wytycznymi RPO WZ na lata 2007-2013
- technika: tablice wykonane zostaną techniką gwarantującą wysoką estetykę, czytelność zamieszczonych na nich informacji oraz wierność wykonania i odwzorowania elementów graficznych i kolorów,
- konstrukcja: tablica ustawiona na konstrukcji stalowej, stabilnie z gruntem związanej przy zachowaniu odpowiedniej techniki montażu lub zawieszona na zewnątrz lub wewnątrz budynku,
- tablica jednostronna,
- treść planszy tablicy: tablica informacyjno- pamiątkowa musi zawierać elementy zgodne z wytycznymi dla beneficjentów projektów Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013.

Dodatkowe wymagania:

- Wykonawca wykona projekt graficzny tablic i przedstawi do akceptacji Zamawiającemu,
- Wykonawca wykona projekt techniczny konstrukcji i posadowienia tablicy oraz przedstawi go do akceptacji Zamawiającego,
- Wykonawca wykona tablice i zamontuje/ustawi je w miejscu wskazanym przez Zamawiającego,
- Wykonawca zapewni konserwację tablic informacyjnych w okresie 5 lat od daty podpisania protokołu odbioru tablic pamiątkowych

2. Tabliczki informacyjne wskazujące możliwość skorzystania z darmowego Internetu w ilości 95 sztuk

Specyfikacja techniczna tabliczki:

- rozmiar planszy tablicy: o wymiarach 30 cm x 30 cm. , umieszczona na wysokości min. 1,5 m od podłoża do dolnej krawędzi tablicy,
- materiał: blacha aluminiowa, zmywalna folia samoprzylepna. Tabliczka wykonana zostanie z materiałów trwałych, tj. odpornych na warunki atmosferyczne,
- kolorystyka: pełna,
- technika: tablice wykonane zostaną techniką gwarantującą wysoką estetykę, czytelność zamieszczonych na nich informacji oraz wierność wykonania i odwzorowania elementów graficznych i kolorów,
- konstrukcja: tablica zawieszona na zewnątrz lub wewnątrz budynku lub w innym miejscu wskazanym przez Zamawiającego,
- tablica jednostronna.

Dodatkowe wymagania:

- Wykonawca wykona projekt graficzny tablic i przedstawi do akceptacji Zamawiającemu,

- b) Wykonawca wykona projekt techniczny konstrukcji i posadowienia tablicy oraz przedstawi go do akceptacji Zamawiającego,
- c) Wykonawca wykona tablice i zamontuje je w miejscu wskazanym przez Zamawiającego,
- d) Wykonawca zapewni konserwację tablic informacyjnych w okresie 5 lat od daty odpisania protokołu odbioru tablic pamiątkowych

- 3. Długopisy metalowe z grawerem w ilości 5000 szt.
- 4. Dwustronny banner roll-up – o wymiarach 88 cm szerokości oraz wysokości 210 cm wraz z uchwytemi na ulotki w liczbie 10 sztuk.
- 5. Myszki do komputera z grawerem 2000 sztuk.
- 6. PenDrive (CARD DRIVE) z grawerem 500 sztuk 16 GB.
- 7. Ulotki reklamowe z oznakowaniem projektu w ilości 10000 sztuk, papier o gramaturze nie mniej niż 200 g/m², uszlachetniony, w rozmiarze nie mniejszym niż 20/10 cm.
- 8. Naklejki z logotypami RPO WZ 2000 sztuk.
- 9. Nośniki outdoorowe sztuk 10 (forma witacza dla każdego Partnera po dwie sztuki o wysokości 2,5 m i szerokości 1,5 m).
- 10. Plakaty 1000 sztuk format A0

Materiały zostaną przekazane Zamawiającemu również w plikach źródłowych.

Ad 5)

Zaproponowane formy reklamy muszą uwzględniać specyfikę projektu, jego cele i odbiorcę. Na kampanię medialną przygotowaną i przeprowadzoną przez Wykonawcę winny składać się następujące elementy w szczególności:

1) Spot radiowy:

Produkcja spotu reklamowego min. 15 sek. Wykonawca powinien przedstawić Zamawiającemu, w celu akceptacji, scenariusz spotu radiowego w formie projektu pisemnego oraz projekt realizacyjny scenariusza w formie pisemnej (proponowane środki realizacyjne – forma, czas, lektorzy itp.).

Emisja spotu w stacjach radiowych o zasięgu pokrywającym całe województwo zachodniopomorskie, w ilości łącznej minimum 60 spotów. Zasięg dzienny w/w stacji w grupie docelowej nie może być mniejszy niż 80 tys. osób. Planując kampanie w radiu należy uwzględnić kontekst emisji – przed lub po programach zwiększających zasięg w grupie docelowej.

2) Outdoor

Ekspozycja 10 nośników outdoorowych na terenach lub obiektach stanowiących własność Zamawiającego.

Wybór nośników outdoorowych wraz z opisem oraz projektem graficznym powinny być przedstawione Zamawiającemu w formie pisemnej celem ich akceptacji przez Zamawiającego. Zamawiający oczekuje od Wykonawcy dostosowania layoutu reklamy do wybranego formatu nośnika. Dodatkowo oczekuje się od Wykonawcy przeprowadzanie stałej, bieżącej kontroli jakości wyeksponowanych nośników outdoorowych i raportowania jakości każdego nośnika z dokumentacją zdjęciową i danymi dotyczącymi odbiorców. W przypadku zniszczenia lub uszkodzenia ekspozycji na nośnikach, Wykonawca będzie zobowiązany do wykonania ponownej ekspozycji na własny koszt w terminie czterech (4) dni kalendarzowych. W przypadku likwidacji, zniszczenia bądź uszkodzenia nośnika, na którym wyeksponowany jest przekaz reklamowy Wykonawca podejmie niezwłoczne działanie w porozumieniu z Zamawiającym, w celu zamieszczenia przekazu reklamowego na innym nośniku.

3) Kampania internetowa.

Emisja do 100 000 odsłon reklamy o wielkości 750x200 pixeli, w dwóch internetowych portalach horyzontalnych o charakterze regionalnym. Wykonawca na etapie składania oferty powinien wskazać, w jakich portalach oraz jakich sekcjach planuje zrealizować kampanie. Projekty reklam internetowych wraz z opisem oraz projektem graficznym powinny być przedstawione Zamawiającemu w formie pisemnej w celu ich akceptacji przez Zamawiającego.

4) Film promocyjny i spot promocyjny stworzony w formie teledysku (z najazdami zdjęciowymi, stop klatką, przyśpieszeniem) z podkładem muzycznym indywidualnie zakomponowanym do scen - czas filmu 4 min, a spotu 16 sekund – parametry filmu muszą być zaakceptowane przez Zamawiającego.

Wymagania dotyczące filmu:

- a) **film reklamowy – dvd-video** (wraz z menu – dvd) oraz do upublicznienia w Internecie w formatach:
 - HD 720p (kontener avi, mp4, kodek xvid, h264, dostarczony na płycie dvd- sztuk 500;
 - zgodnie z wymaganiami TVP Szczecin;
- b) **spot promocyjny – dvd-video** (wraz z menu – dvd) oraz do upublicznienia w Internecie w formacie HD 720p (kontener avi, mp4, kodek xvid, h264, dostarczony na płycie dvd – sztuk 500. Spot promocyjny projektu musi zostać wyemitowany w telewizji regionalnej - min. 60 emisji.

Konieczne jest zapewnienie przez Wykonawcę pełnej obsługi kampanii.

Zgodnie z dokumentacją RPO WZ 2007-2013 projekty narzędzi/elementów realizacyjnych Kampanii promocyjnej muszą zawierać tzw. elementy obowiązkowe:

- logo RPO WZ,
- loga Partnerów Projektów,
- logo Województwa Zachodniopomorskiego,
- logo UE z podpisem Unia Europejska, Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego,
- informacje o współfinansowaniu: „Projekt współfinansowany przez Unie Europejska ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013”,

Wyżej wymienione elementy powinny zostać zamieszczone:

- W przypadku spotów radiowych: na końcu spotu powinna zostać odczytana informacja o współfinansowaniu w ramach RPO WZ2007-2013,
- W przypadku reklamy internetowej: w projekcie reklamy internetowej powinno zostać uwzględnione odpowiednie zestawienie logotypów, z informacją o współfinansowaniu w ramach RPO WZ 2007-2013,
- W przypadku reklamy outdoorowej: w projektach reklamy outdoorowej powinno zostać uwzględnione odpowiednie zestawienie logotypów, z informacją o współfinansowaniu w ramach RPO WZ 2007-2013.

W ramach opracowanej kampanii promocyjnej wraz z wyborem i zaplanowaniem mediów oraz przygotowaniem projektów harmonogramów działań i projektów medioplanów, oczekuje się od Wykonawcy:

Przedstawienia opisu przeprowadzenia kampanii i jej założeń medialnych, w tym:

- doboru odpowiednich mediów głównych i wspomagających wraz z uzasadnieniem dokonanego doboru, popartym aktualnymi analizami mediowymi i dostępnymi badaniami efektywności i popularności poszczególnych mediów w tym stacji, tytułów prasowych,

- portali internetowych, itp.,
- doboru stacji radiowych oraz portali internetowych o największej słuchalności/liczbie wyświetleń i zapewniających najskuteczniejsze dotarcie do grupy docelowej, zgodnie z przedstawioną analizą konsumpcji mediów,
 - uzasadnienia podziału budżetu oraz doboru narzędzi i nośników,
 - podanie parametrów kampanii, zasięgu całkowitego kampanii, zasięgu efektywnego dla poszczególnych nośników lub w razie niedostępności w/w parametrów inne jednoznaczne wskazanie przewidywanej efektywności kampanii zaproponowane, przedstawione i uzasadnione przez Wykonawcę,
 - opracowania projektów harmonogramu działań oraz mediaplanu obejmującego całość realizowanej kampanii w podziale na tygodnie, z rekomendacją i opisem uzasadniającym wybór narzędzi i mediów,

Priorytetem kampanii w doborze nośników powinna być optymalizacja efektywnego jej zasięgu w grupie docelowej oraz kosztów jego osiągnięcia. Należy również wziąć pod uwagę dopasowanie kontekstowe nośników oraz dopasowanie mediów do grupy docelowej.