



SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Dotyczy usługi przygotowania i publikacji w magazynie lifestylowym materiałów promujących region, m.in. dotyczących działań, wydarzeń, przedsięwzięć i projektów realizowanych/organizowanych wewnątrz regionu, w tym przez Samorząd Województwa Warmińsko-Mazurskiego.

I. WYMAGANIA DOTYCZĄCE MAGAZYNU

Publikacja materiałów reklamowych tekstowo-graficznych w magazynie:

- 1) bezpłatnym, o tematyce lifestylowej, wydawanym w nakładzie nie mniejszym niż 3 500 egzemplarzy;
- 2) skierowanym do szerokiego grona odbiorców, w tym przedsiębiorców, przedstawicieli wolnych zawodów, konsumentów, osób w różnym wieku i wszelkich płci;
- 3) wydawanym i ukazującym się na terenie województwa warmińsko-mazurskiego regularnie co miesiąc, co dwa miesiące, co trzy miesiące, nieprzerwanie od co najmniej 3 lat w wersji drukowanej;
- 4) wersja drukowana magazynu musi być wydana na papierze kredowym o gramaturze nie mniejszej niż 115 g a okładka o gramaturze nie mniejszej 200 g;
- 5) Magazyn musi posiadać stronę www poświęconą tematyce magazynu i możliwość zamieszczenia wersji elektronicznej magazynu na jej łamach;
- 6) Magazyn musi posiadać profil poświęcony magazynowi na co najmniej w jednym medium społecznościowym (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram etc.) i mieć możliwość publikacji treści.

II. WYMAGANIA DOTYCZĄCE PRZYGOTOWANIA MATERIAŁÓW DO PUBLIKACJI

Wykonawca zobowiązany będzie do przygotowania redakcyjnego i publikacji materiałów tekstowo-graficznych, zgodnie z poniższymi wymaganiami:

- 1) publikacja materiałów w jednym z papierowych wydań magazynu, które musi zostać wydane i rozdystrybuowane w okresie czerwiec – sierpień 2023 r. w nakładzie nie mniejszym niż 5 000 egzemplarzy.
- 2) przygotowanie redakcyjne różnych materiałów (nie mniej niż 10) poświęconych promocji województwa – zawierających tekst i grafikę/zdjęcia, o łącznej powierzchni co najmniej 40 stron;
- 3) materiał redakcyjny będzie stanowił co najmniej połowę z zamawianej 40 stronicowej powierzchni publikacji;
- 4) celem publikacji jest zwiększanie świadomości marki regionu, pracowanie na rzecz jej rozpoznawalności a także budowanie zaufania do niej. Publikowany materiał musi zostać skonstruowany w oparciu o „język korzyści”. Publikacje muszą utrwalić wizerunek Województwa Warmińsko-Mazurskiego, jako regionu o wysokiej jakości życia, z gospodarką działającą w harmonii ze środowiskiem naturalnym i społeczeństwem, zdrową żywnością oraz ekologicznym rolnictwem. Ponadto ma stanowić element budowy tożsamości regionalnej i nawiązywać do zaktualizowanej strategii marki województwa

warzyńsko-mazurskiego dostępanej na stronie www.warmia.mazury.pl w zakładce Turystyka i promocja;

- 5) tematyka materiałów ma przedstawiać województwo warzyńsko-mazurskie przez pryzmat jego mieszkańców, posiadających #genWarmiiiMazur, rodowitych Warmiaków i Mazurów oraz tych z wyboru, którzy tu pracują, żyją, inwestują lub spędzają wolny czas. Materiał ma zostać skonstruowany w oparciu o „język korzyści”. Bohaterami powinni być wyjątkowi ludzie z Warmii i Mazur, mieszkańcy regionu w różnym wieku, którzy tu zdobywali wykształcenie lub wracają po latach, prowadzą z sukcesem innowacyjne przedsiębiorstwa, nie boją się wyzwań, wyróżniają się energią, kreatywnością w Polsce i na świecie. Region Warmii i Mazur jest dla nich inspiracją i atutem. Przy realizacji wydania należy uwzględnić również udział przedstawicieli branż należących do inteligentnych specjalizacji regionu tj. branży drzewnej i meblarskiej, ekonomii wody, żywność wysokiej jakości, zdrowego życia a także innych dziedzin po uzgodnieniu z Zamawiającym. Materiały mają utrwalić wizerunek Województwa Warzyńsko-Mazurskiego, jako regionu o wysokiej jakości życia, z gospodarką działającą w harmonii ze środowiskiem naturalnym i społeczeństwem, zdrową żywnością, ekologicznym rolnictwem i zdrowym życiem;
- 6) tematyka publikowanych materiałów musi nawiązywać do zaktualizowanej „Strategii rozwoju społeczno-gospodarczego województwa warzyńsko-mazurskiego do roku 2025”, dostępanej na stronie <https://strategia2030.warmia.mazury.pl/strategia-2030/>;
- 7) publikacje powinny stanowić opowieść, która snuje się przez poszczególne strony wydania i spinać się w logiczną całość;
- 8) Każdy tekst zostanie opatrzony # genWarmiiiMazur.

III. WYMAGANIA DOTYCZĄCE SIECI DYSTRYBUCJI

1. Dystrybucja papierowego wydania magazynu między innymi do: hoteli, pensjonatów, restauracji, centrów rozrywki, SPA, kawiarni, klubów muzycznych, wiodących gabinetów i salonów urody, modnych miejsc spotkań etc. Przy wyborze miejsc dystrybucji Wykonawca będzie kierował się takimi kryteriami jak:
 - 1) popularność miejsca (np. na podstawie najbardziej popularnych portali turystycznych oraz wyszukiwarek miejsc);
 - 2) wysoka ocena miejsca (średnia ocena powyżej dobrej w zależności od skali na podstawie najbardziej popularnych portali turystycznych oraz wyszukiwarek miejsc);
 - 3) zróżnicowanie miejsc w ramach kategorii (np. w kategorii hotele wybrane zostaną zarówno obiekty klasy premium jak i obiekty rodzinne, pensjonaty etc.);
 - 4) możliwość ekspozycji – wybierane będą tylko takie miejsca, w których istnieje przestrzeń do ekspozycji magazynu, a goście/klienci mają swobodę i czas zanurzyć się w lekturze.
2. Dystrybucja magazynu zrealizowana będzie w następujący sposób:
 - 1) Dostarczenie magazynu do minimum 350 punktów na terenie województwa warzyńsko-mazurskiego;
 - 2) dodatkowo dostarczenie magazynu do co najmniej 9 aglomeracji miejskich w tym: Warszawa, Trójmiasto, Białystok, Toruń, Kraków, Wrocław, Rzeszów, Poznań, Katowice w ilości co najmniej 400 dodatkowych punktów dystrybucji;
 - 3) dystrybucja w halach przylotów/odlotów na co najmniej 4 lotniskach w kraju;
 - 4) dostarczenie Zamawiającemu do jego siedziby tj. Departamentu Koordynacji Promocji przy ul. Głowackiego 17 w Olsztynie – 20 egzemplarze magazynu z zamówionymi publikacjami.

IV. WYMAGANIA DOTYCZĄCE DODATKOWEJ PROMOCJI

1. Wydanie magazynu, w którym zamieszczone zostaną materiały Zamawiającego, musi być nieodpłatnie udostępnione w formie wydania elektronicznego na stronie internetowej poświęconej magazynowi na łamach którego materiały zostaną wydrukowane.
2. Co najmniej połowa z przygotowanych publikacji musi zostać „zajawiona” na tablicy co najmniej jednego, medium społecznościowego, poświęconego działalności magazynu, w którym ukarzą się materiały Zamawiającego w okresie czerwiec - sierpień 2023 r.

V. WYMAGANIA POZOSTAŁE

1. Wykonawca zaprojektuje i zredaguje a następnie przedstawi do akceptacji Zamawiającego materiały, które zostaną opublikowane.
2. Zamawiający ma prawo wnosić uwagi lub sugestie zmian do treści materiałów przygotowanych przez Wykonawcę.
3. Wykonawca ma obowiązek uwzględnić wniesione przez Zamawiającego ewentualne uwagi lub sugestie zmian aż do uzyskania ostatecznej akceptacji, w ramach wynagrodzenia określonego w ofercie.
4. Docelowo Wykonawca na etapie postępowania o udzielenie zamówienia publicznego przedstawia Zamawiającemu listę minimum 350 punktów w regionie oraz minimum 400 punktów poza regionem oraz 4 lotnisk w Polsce (zgodnie z wymaganiami określonymi w rozdziale III. WYMAGANIA DOTYCZĄCE SIECI DYSTRYBUCJI).