



Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

Rozdział I

INFORMACJE WSTĘPNE

„Produkt Warmia Mazury” to inicjatywa realizowana przez samorząd województwa warmińsko-mazurskiego od 2014 roku, w ramach której, wyłaniane są produkty, usługi i wydarzenia stanowiące, w ocenie komisji, wizytówkę Warmii i Mazur. W ten sposób wyróżniani są przedsiębiorcy z regionu, którzy w codziennej pracy inspirują się rozwojem przedsiębiorstwa, promocją postaw inwestycyjnych, wymianą doświadczeń czy zwiększeniem konkurencyjności lokalnych przedsiębiorstw, a których produkty, usługi lub wydarzenia wpisują się w bogactwo kulturowe, społeczne, historyczne i przyrodnicze regionu.

Przedmiot zamówienia: Przedmiotem zamówienia jest usługa promocyjna związana z realizacją kampanii „Produkt Warmia Mazury”, która obejmować będzie działania promocyjne w prasie, radiu, internecie, oraz zorganizowanie X Gali Produkt Warmia Mazury.

Termin realizacji: od dnia zawarcia umowy do dnia 30 czerwca 2018 r.

Rozdział II

1. Cele kampanii promocyjnej:

- 1) kreowanie wśród mieszkańców regionu postaw konsumenckich nastawionych na zakup regionalnych produktów oraz usług, a także udziału w wydarzeniach na Warmii i Mazurach;
- 2) promowanie podmiotów, które otrzymały certyfikat Produkt Warmia Mazury;
- 3) promowanie znaku Produkt Warmia Mazury.

2. Główne hasła kampanii:

1) Skierowane do mieszkańców Warmii i Mazur:

Wykonawca proponuje Zamawiającemu 1 główne hasło kampanii skierowane do mieszkańców Warmii i Mazur, które będzie oceniane w kryterium oceny ofert - **Kreacja**, ponadto Wykonawca po zawarciu umowy przestawi Zamawiającemu drugie hasło kampanii skierowane do mieszkańców Warmii i Mazur. Oba hasła, po zatwierdzeniu przez zamawiającego, zostaną wykorzystane w kampanii promocyjnej.

Cel komunikatu: wywołanie w mieszkańcach poczucia przynależności do regionu Warmii i Mazur, uświadomienie im, że podejmując decyzję o zakupie lokalnych produktów, usług czy udziału w wydarzeniach, wspierają regionalną gospodarkę.

2) Skierowane do przedsiębiorców z Warmii i Mazur

Wykonawca zaproponuje Zamawiającemu 1 główne hasło kampanii skierowane do przedsiębiorców z Warmii i Mazur, które będzie oceniane w kryterium oceny ofert - **Kreacja**, ponadto Wykonawca po zawarciu umowy przestawi Zamawiającemu drugie hasło kampanii skierowane do przedsiębiorców z Warmii i Mazur. Oba hasła, po zatwierdzeniu przez zamawiającego, zostaną wykorzystane w kampanii promocyjnej.

Cel komunikatu: pozyskanie nowych podmiotów do projektu, wskazanie na korzyści z uczestnictwa w projekcie m.in. udział w kampanii promocyjnej, dołączenie do grona podmiotów wyróżnionych certyfikatem Produkt Warmia Mazury, promowanie marki Produkt Warmia Mazury.

3. Charakter kampanii promocyjnej

Zrozumiały,

Unikalny,

Innowacyjny,

Wzbudzający wśród przedsiębiorców potrzebę posiadania znaku Produkt Warmia Mazury,

Zachęcający odbiorców do zakupu produktów regionalnych.

4. Charakterystyka przedsiębiorców z Warmii i Mazur

Pożądanym beneficjentem projektu są regionalni przedsiębiorcy wytwarzający produkty, świadczący usługi oraz organizujący wydarzenia, znacząco wyróżniający się na tle konkurencji pod względem cech danego produktu/usługi/wydarzenia. Powinny być to produkty/usługi/wydarzenia o charakterze nowatorskim, niepowtarzalnym, wyróżniające Warmię i Mazury na tle innych regionów Polski, obecne na rynku minimum 2 lata.

5. Zasięg kampanii promocyjnej

Kampania promocyjna realizowana będzie w województwie warmińsko-mazurskim. Nie dopuszcza się prowadzenia kampanii promocyjnej na terenie całego kraju (chyba, że zasięg działań w danym medium będzie jednocześnie – oprócz województwa warmińsko-mazurskiego – obejmował też inne województwo lub jego część).

Rozdział III

Szczegółowe zadania Wykonawcy:

1. **Wykonawca, maksymalnie 7 dni po podpisaniu umowy, przekaze Zamawiającemu do akceptacji przygotowany media plan, który będzie obejmował całą kampanię promocyjną.**
2. **Publikacje w bezpłatnej i płatnej prasie obejmującej swoim zasięgiem województwo warmińsko-mazurskie – publikacje w pełnym kolorze.**
 - 1) 2 różne artykuły sponsorowane w miesięczniku/dwumiesięczniku lifestyle'owym. 1 strona/wydanie, łącznie: 2 wydania (1 wydanie w jednym miesięczniku/dwumiesięczniku). Termin publikacji zostanie wyznaczony w uzgodnieniu z Zamawiającym. W każdym wydaniu będzie artykuł o innej treści, prezentujący wybrane certyfikowane produkty/usługi/wydarzenia, opracowanie redakcyjne po stronie Wykonawcy, każdorazowo do akceptacji Zamawiającego.
 - 2) Zakup powierzchni ogłoszeniowej na czas wykonania zamówienia w ilości 96 modułów (8 x 1/2 strony), w celu zamieszczenia 4 artykułów sponsorowanych, 2 ogłoszeń

modułowych skierowanych do przedsiębiorców oraz 2 ogłoszeń modułowych skierowanych do mieszkańców, w dzienniku/dziennikach obejmującym swoim zasięgiem województwo warmińsko-mazurskie, spełniającym łącznie następujące wymagania:

- a) jest płatny;
- b) ukazuje się w postaci drukowanej regularnie od poniedziałku do piątku na terenie obejmującym województwo warmińsko-mazurskie;
- c) nakład każdego ogłoszenia lub wywiadu na terenie województwa warmińsko-mazurskiego w dniu publikacji będzie nie mniejszy niż 3000 egzemplarzy.

3) Wykonawca odpowiedzialny będzie za:

- a) Przygotowanie merytoryczne, redakcyjne i graficzne oraz publikację ogłoszeń, artykułów i wywiadów w płatnej prasie obejmującej swoim zasięgiem województwo warmińsko-mazurskie. Powstała treść przed publikacją zostanie przedstawiona Zamawiającemu do akceptacji.
- b) Wykonawca w media planie określi termin publikacji ogłoszenia lub wywiadu.

3. Wykonawca co miesiąc przedstawi pisemny raport o wykorzystanej powierzchni ogłoszeniowej w miesięczniku/dwumiesięczniku/dzienniku, potwierdzony przez podmiot, w którym została ona zakupiona oraz dostarczy egzemplarz z zamieszczonym artykułem/wywiadem.

4. Emisja audycji i spotów radiowych

1) Wykonawca zobowiązany jest do wykupienia w radiu regionalnym o największym dziennym zasięgu i udziale w czasie słuchania na terenie województwa warmińsko-mazurskiego, spotów radiowych trwających maksymalnie 15 s.

- a) Wykonawca zadba o kreację i produkcję spotów, kreacja spotów: 2 krótkie komunikaty dopasowane do grup docelowych tj. mieszkańcy regionu oraz pozyskiwani przedsiębiorcy do projektu.
- b) Wykonawca zaproponuje 2 różne kreacje spotów do każdego z komunikatów do akceptacji Zamawiającego.
- c) Liczba emisji spotów: 2 x 30.

2) Wykonawca zobowiązany jest do wykupienia w radiu regionalnym o największym dziennym zasięgu i udziale w czasie słuchania na terenie województwa warmińsko-mazurskiego 3 audycji radiowych trwających maksymalnie 2 – 3 minuty.

- a) Liczba audycji 3. Zgodnie z media planem do 30 kwietnia - 2 audycje z 6 przedsiębiorcami będącymi w projekcie Produkt Warmia Mazury, po 3 przedsiębiorców na jedną audycję; po X Gali Produkt Warmia Mazury do 30 czerwca - 1 audycja z trzema przedsiębiorcami.
- b) Audycje winny być opatrzone dżinglem sponsorskim, krótkim wstępem, słowem merytorycznym oraz powinny zawierać delikatny podkład muzyczny.
- c) Terminy emisji spotów i audycji zostaną przedstawione przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego w media planie.
- d) Zamawiający wskaże Wykonawcy listę przedsiębiorców wraz z danymi teleadresowymi z którymi Wykonawca skontaktuje się i zaprosi do audycji radiowych.

- e) Wykonawca przedstawi Zamawiającemu pisemny raport o wykorzystanych ilościach emisji spotów i audycji w radiu regionalnym za każdy miesiąc trwania kampanii.

5. Działania w Internecie

Celem kampanii promocyjnej w internecie jest dotarcie do jak najszerszego grona regionalnych przedsiębiorców, organizatorów wydarzeń z regionu, zachęcenie ich do udziału w projekcie Produkt Warmia Mazury, a także promowanie i rozwinięcie idei lokalnego patriotyzmu („kupuj i wspieraj swoje”). Wykonawca ustawia 2 oddzielne kampanie, które docierają do właściwych odbiorców tj. mieszkańców oraz przedsiębiorców, których chcemy pozyskać. Wykonawca dobiera słowa klucze, które akceptuje Zamawiający, różne treści reklam, które akceptuje Zamawiający oraz dobiera odpowiednią do reklam kreację, którą akceptuje Zamawiający. Zasięg: województwo warmińsko-mazurskie, termin: zgodnie z media planem do 4 maja 2018 roku.

- 1) Termin rozpoczęcia i zakończenia działań internetowych (szczegółowy harmonogram działań kampanii internetowej, z podziałem na dni, tygodnie, miesiące) zostanie przedstawiony przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego w media planie.
- 2) **Wykonawca na 2 regionalnych portalach internetowych**, których treści obejmują tematykę dotyczącą całego regionu a w szczególności biznesu, gospodarki, prawa, życia społeczno-kulturalnego, **umieszcza 2 różne artykuły sponsorowane** (jeden artykuł na jednym portalu), inne niż w wersji papierowej o długości do 2 000 znaków każdy z załączonym materiałem zdjęciowym, czas ekspozycji - tydzień, zasięg: województwo warmińsko-mazurskie. Za regionalne portale internetowe Zamawiający uznaje strony internetowe, które regularnie podejmują tematykę związaną z regionem, subregionem i ukierunkowane są przede wszystkim na wiadomości dotyczące województwa warmińsko-mazurskiego i informowanie społeczeństwa o wydarzeniach z regionu i subregionu, np. gazetaolsztynska.pl; www.wm.pl.
 - a) Artykuły powinny być opublikowane najpóźniej w terminie 10 dni roboczych przed planowaną galą oraz 3 dni roboczych po przeprowadzonej gali.
 - b) Opracowanie redakcyjne i merytoryczne po stronie Wykonawcy, do akceptacji Zamawiającego.
 - c) Wykonawca dostarczy Zamawiającemu screeny z artykułami zamieszczonymi w regionalnych serwisach internetowych. Dostarczony materiał musi umożliwiać identyfikację gdzie i w jakim terminie publikacja została zamieszczona.
- 3) Wykonawca odpowiedzialny jest za **mailing** – baza przedsiębiorców stworzona przez Wykonawcę, grupa docelowa: mieszkańcy województwa warmińsko-mazurskiego, płeć: kobiety i mężczyźni, wiek: 25-65 lat, prowadzący działalność gospodarczą lub zawodową.
 - a) Wysyłka mailowa w trakcie naboru do X edycji, 5 000 podmiotów. Wykonawca w media planie przedstawi do akceptacji Zamawiającego dokładny termin wysyłki mailingu.
 - b) **Wykonawca proponuje Zamawiającemu treść tekstu mailowego, która będzie oceniana w kryterium oceny ofert - Kreacja**, ponadto Wykonawca po zawarciu umowy przestawi Zamawiającemu drugą treść tekstu mailowego. Zaproponowane przez Wykonawcę dwie różne treści tekstu mailowego będą wykorzystane w kampanii promocyjnej oraz do użytku Zamawiającego.

- c) **Cel mailingu:** Wykonawca skieruje mailing do podmiotów w celu zachęcenia przedsiębiorców oraz osób prowadzących działalność zawodową z terenu województwa warmińsko-mazurskiego do zgłaszania swoich produktów/usług/wydarzeń do projektu.
- 4) Wykonawca przedstawi 4 różne kreacje i treści reklamy internetowej w postaci banerów, 2 skierowane do przedsiębiorców i 2 skierowane do mieszkańców, z których Zamawiający wybierze dwie, które będą obowiązywały przy realizacji kampanii promocyjnej.
- 5) Wykonawca odpowiedzialny będzie za **emisję bannerów internetowych** zgodnie z projektem bannerów przedstawionych przez Wykonawcę na etapie składania ofert - minimalna ilość odsłon i kliknięć na łącznie 3 portalach 4 000 - 5 000.
- a) Wykonawca przedstawi minimum 3 portale internetowe o charakterze publicystycznym – informacyjnym do akceptacji Zamawiającego, do których skieruje reklamę mając za kryterium: wiek 25-65 lat kobiety i mężczyźni, woj. warmińsko-mazurskie, zainteresowania użytkowników np. gospodarka regionalna, biznes, turystyka, wydarzenia regionalne; słowa kluczowe pojawiające się na stronach docelowych np. warmińsko - mazurskie, mazury; konkretne witryny docelowe np. portale regionalne, portale kulturalno-rozrywkowe, portale gospodarcze, portale informacyjne. Dwa banery (jeden skierowany do przedsiębiorców i jeden skierowany do mieszkańców) będą jednocześnie wyświetlane na 3 portalach.
- b) Wykonawca może posługiwać się formatami bannerów: 750x300 px, 750x200 px, 300x300 px, 300 x 250 px.
- c) Bannery internetowe linkować będą do strony www.warmia.mazury.pl/produkt
- d) Wykonawca dostarczy Zamawiającemu screeny obejmujące co najmniej jedną emisję banerów na każdym z 3 portali.
- 6) **Pozycjonowanie SEM + PPC** pozycje od 1 do 5 w wyszukiwarce google, Wykonawca zaproponuje przynajmniej 10 słów kluczowych, do akceptacji Zamawiającego. Słowa kluczowe powinny być związane z ideą i projektem Produkt Warmia Mazury np. produkt regionalny warmia mazury, produkty regionalne warmia mazury, produkt regionalny warmia mazury, certyfikat produkt warmia mazury. Działanie będzie realizowane do 4 maja 2018 roku.
- 7) **Kampania Facebook** – Wykonawca zrealizuje kampanię facebook, przy kryteriach: zasięg - województwo warmińsko-mazurskie, płeć: kobiety i mężczyźni, Wiek: 25-65 lat, użytkownicy o zainteresowaniach ogólnych związanych z biznesem np. przedsiębiorczość, start-up, gospodarka regionu, osoby mające w kategorii stanowisko informacje świadczące o zarządzaniu np. własna działalność gospodarcza, menedżer, owner and ceo, użytkownicy, którzy polubili fanpage Produkt Warmia Mazury.
- a) Cel kampanii nastawiony na promowanie postów, promowanie fanpage, przekierowania z fanpage do witryny docelowej www.warmia.mazury.pl/produkt.
- b) Model rozliczenia CPC - płatność za kliknięcia min. 10 000 kliknięć unikalnych użytkowników.
- c) Do kampanii w mediach społecznościowych wykonawca wykorzysta Fanpage Produkt Warmia Mazury – na Facebooku: <https://www.facebook.com/produktwarmiamazury/>.
- d) Kampania na Fanpage obejmie promocję (uwzględniającą m.in. geotargetowanie na województwo warmińsko-mazurskie) minimum 12 postów

(przygotowanych przez Zamawiającego) zgodnie z harmonogramem do 30 czerwca 2018 roku.

6. Organizacja X Gali Produkt Warmia Mazury wraz z działaniami promocyjnymi.

- 1) Pod pojęciem „gala” zamawiający rozumie wydarzenie złożone z:
 - Bufetu kawowego zapewnionego uczestnikom przed uroczystością;
 - Wręczenia certyfikatów uprawniających do stosowania znaku Produkt Warmia Mazury przez Marszałka Województwa Warmińsko-Mazurskiego oraz kwiatów;
 - Występu Mistrzów Świata we Fryzjerstwie;
 - Występu zespołu muzycznego;
 - Cateringu dla uczestników.
- 2) X Gala Produkt Warmia Mazury odbędzie się w czerwcu 2018 roku. Przewidywana ilość uczestników Gali ok.150 osób (+/- 10 os). Miejsce Gali, po przedstawieniu Zamawiającemu minimum 3 miejsc i zaakceptowaniu oraz zapewnienie cateringu po stronie Wykonawcy.
- 3) Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia podczas Gali obsługi i elementów scenotechnicznych, które obejmować będą: scenę obitą hipsem białym lub czarnym, wymiar sceny 3x4 lub inny wymiar sceny zaproponowany przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego, oświetlenie dekoracyjne ledowe, wyświetlenie Gobo ze spersonalizowaną grafiką wskazaną przez Zamawiającego lub inne oświetlenie zaproponowane przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego. Wykonawca zapewnia artystę muzycznego, po przedstawieniu Zamawiającemu minimum 3 artystów i uzyskaniu akceptacji oraz zapewnia mu nagłośnienie. Oprawa plastyczna wydarzenia obejmować będzie wykonanie planszy początkowej, która będzie wyświetlana podczas gali oraz wykonanie prezentacji multimedialnych w formie video przedstawiających sylwetki laureatów X edycji projektu. Prezentacje zostaną wyemitowane przed wręczeniem certyfikatu podczas X Gali Produkt Warmia Mazury. Do zadań wykonawcy oprócz wykonania prezentacji multimedialnych należało będzie uzyskanie materiałów promocyjnych w postaci video, jeśli przedsiębiorca nie dysponuje materiałem video wówczas wykonawca pozyskuje zdjęcia, które wykorzystuje podczas tworzenia prezentacji. Oprawa graficzna powinna być wykonana zgodnie z obowiązującą Księgą Identyfikacji Wizualnej, dostępną na stronie <http://warmia.mazury.pl/turystyka/promocja-regionu/system-identyfikacji-wizualnej>;
Dane teleadresowe na temat zgłoszonych podmiotów, zostaną przekazane Wykonawcy przez Zamawiającego w terminie 7 dni od dnia zakończenia obrad komisji zatwierdzającej zgłoszone podmioty. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu na nośniku USB, 5 różnych propozycji szat graficznych tworzonej prezentacji do akceptacji Zamawiającego, maksymalnie 7 dni od dnia zakończenia obrad komisji zatwierdzającej zgłoszone podmioty. Wykonawca na 10 dni przed planowanymi

- galami przedstawi finalne projekty planszy początkowej oraz prezentacji multimedialnych w formie video.
- 4) Wykonawca skontaktuje się maksymalnie 3 tygodnie przed planowaną X Galą z artystami biorącymi udział w wydarzeniu celem ustalenia szczegółowego harmonogramu występu oraz ustaleń technicznych występów. Wykonawca udokumentuje fotograficznie aparatem cyfrowym przebieg Gali, z czego: co najmniej pięć zdjęć (800x500 px, 300 dpi) zostanie dostarczone Zamawiającemu następnego dnia po zakończonej Gali do godz.12 na nośniku CD/DVD lub mailowo. Fotorelacja z Gali złożona z co najmniej 120 zdjęć 800x500 px, 300 dpi zostanie przekazana Zamawiającemu na nośniku CD/DVD lub mailowo.
 - 5) Wykonawca zleci prowadzenie Gali osobistościom (kobiecie i mężczyźnie) z Warmii i Mazur. Wykonawca wskaże co najmniej trzy propozycje duetów wśród osób związanych z Warmią i Mazurami (prezenterzy, dziennikarze, aktorzy, zawodowi konferansjerzy, kabareciarze itp.) do akceptacji Zamawiającego, nie później niż 30 dni przed planowaną Galą.
 - 6) Wykonawca zapewni obsługę dwóch hostess podczas X Gali Produkt Warmia Mazury. Hostessy powinny być ubrane w czarny strój (spódniczka lekko przed kolano, koszula oraz czarne szpilki, ewentualnie czarne sukienki). Włosy w kucyk lub warkocz, delikatny makijaż.
 - 7) Wykonawca zapewni kwiaty cięte (czerwone lub białe róże), długie - 70-80 cm na X Galę Produkt Warmia Mazury w ilości 40 sztuk.
 - 8) Wykonawca zobowiązuje się do wykonania i oprawy certyfikatów „Produkt Warmia Mazury” w ilości maksymalnie do 30 sztuk (liczba oprawionych certyfikatów może ulec zmniejszeniu lub zwiększeniu), format A4, zadruk jednostronny, fullcolor, wymiar oprawy 30x40, zewnętrzny wymiar passe partout 30x40, wymiar wewnętrzny passe partout 29x20 w terminie maksymalnie do 2 tygodni przed planowaną Galą.
 - 9) Wykonawca zapewni catering wraz z obsługą kelnerską podczas Gali w postaci: soków, wody, kawy, herbaty, 3 rodzajów ciast, ciastek, 3 rodzajów zimnych przekąsek, 2-3 rodzajów kanapek, 2 rodzajów dań gorących (zupę oraz drugie danie) 3-4 rodzajów sałat. Wykonawca dwa tygodnie przed planowaną Galą przedstawi 3 różne menu do akceptacji Zamawiającego. Wykonawca zobowiązuje się do świadczenia usługi wyłącznie przy użyciu produktów spełniających normy jakości produktów spożywczych oraz przestrzegania przepisów prawnych w zakresie przechowywania i przygotowywania artykułów spożywczych m.in. ustawy z dnia 25.08.2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia (t.j. Dz.U. z 2017r. poz. 149).
 - 10) Wykonawca zobowiązuje się do przygotowania i wydrukowania 300 zaproszeń na X Galę. Oprawa graficzna powinna być wykonana zgodnie z obowiązującą Księgą Identyfikacji Wizualnej, dostępną na stronie <http://warmia.mazury.pl/turystyka/promocja-regionu/system-identyfikacji-wizualnej>. Wzór i treść do uzgodnienia z Zamawiającym, wysyłka po stronie Wykonawcy. W terminie 20 dni roboczych przed Galą, Wykonawca przedstawi 3 różne wzory zaproszeń do akceptacji Zamawiającego, natomiast Zamawiający przedstawi Wykonawcy listę zaproszonych gości wraz z danymi adresowymi.
 - 11) Wykonawca na 3 tygodnie przed Galą przygotuje szczegółowy scenariusz wydarzenia, scenariusz dla konferansjerów oraz przykładowe teksty przemówienia dla osób zabierających głos podczas wydarzenia, każdorazowo do akceptacji Zamawiającego.

- 12) Wykonawca zapewni przerwę kawową podczas spotkania komisji opiniodawczo-doradczej, w skład cateringu będzie wchodziła: kawa, herbata, woda, soki, 3 rodzaje owoców, 3 rodzaje ciast, ilość przewidzianych osób 8, przed wyborem bufetu Wykonawca ustala z Zamawiającym rodzaje ciast, soków. O terminie posiedzenia komisji, Zamawiający powiadomi Wykonawcę 7 dni przed planowanym posiedzeniem.
- 13) Wykonawca zaproponuje minimum 3 rodzaje podkładów muzycznych podczas Gali Produkt Warmia Mazury, każda ścieżka dźwiękowa winna posiadać licencję ZAiKS na emisję podczas uroczystości.