

## **Opis przedmiotu zamówienia**

Przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej dot. efektów wdrażania projektów, przedsięwzięć i wydarzeń realizowanych przez Samorząd Województwa Opolskiego z uwzględnieniem tych, które są dedykowane walce z COVID-19 oraz w ramach inicjatywy #opolskiesiewspiera.

### **1. Założenia kampanii i grupa docelowa**

W ramach niniejszej kampanii chcemy rozpowszechnić informacje o efektach realizacji projektów przedsięwzięć i wydarzeń realizowanych przez samorząd województwa wśród ogółu społeczeństwa - mieszkańców województwa opolskiego. Chcemy pokazać, że wywierają one pozytywny wpływ zarówno na rozwój województwa opolskiego, jak i na życie jego mieszkańców.

#### **Cele kampanii**

Podniesienie poziomu świadomości społeczeństwa na temat widoczności efektów wdrażania projektów i inicjatyw realizowanych przez Samorząd Województwa Opolskiego.

#### **Zasięg kampanii**

Województwo opolskie.

#### **Czas trwania kampanii**

Od dnia podpisania umowy do 15 grudnia 2021 roku lub do wyczerpania przedmiotu umowy.

#### **Grupy docelowe kampanii**

Opinia publiczna (ogół społeczeństwa) – mieszkańcy województwa opolskiego.

### **2. Przedmiot kampanii**

Prezentacja koordynowanych przez Samorząd Województwa Opolskiego działań oraz realizowanych projektów. W ramach kampanii zamierzamy pokazywać dobre praktyki, wspólne wydarzenia i działania inicjowane razem z lokalnymi samorządami, organizacjami pozarządowymi, organizacjami otoczenia biznesu, z mediami i wszystkimi instytucjami.

Obowiązkowym elementem oznakowania materiałów drukowanych w ramach kampanii jest zestawienie znaków: graficznych #opolskiesiewspiera, znaków oznaczających współfinansowanie unijne, bądź innych w zależności od potrzeb Zamawiającego.

Do obowiązków Wykonawcy należeć będzie przedstawienie propozycji wizualizacji graficznej posta na Facebooku, projektu artykułu w gazetach oraz projektu graficznej reklamy internetowej nawiązującej do projektu #opolskiesiewspiera (materiały tu: <https://www.opolskie.pl/region/opolskiesiewspiera/>)

### 3. Druk różnych artykułów sponsorowanych (reklam tekstowo-graficznych) w 14 gazetach lokalnych.

#### 3.1 Opis:

Skład i druk różnych artykułów, obejmujących łącznie do 10 stron włącznie w każdym tytule (zgodnie z tabelą poniżej), z zastrzeżeniem, że jednorazowo zamawiający może zamówić artykuł na nie mniej niż ½ strony i nie więcej niż 2 strony w danym tytule.

Lp.	powiat	Nazwy gazet lokalnych	Ilość stron/termin realizacji
1.	Brzeski	Panorama Powiatu Brzeskiego	Włącznie do 10 stron do 15 grudnia 2021 r.*
2.		Gazeta Brzeska	Włącznie do 10 stron do 15 grudnia 2021 r.*
3.		Głos Powiatu	Włącznie do 10 stron do 15 grudnia 2021 r.*
4.	Kędzierzyńsko-kozielski	Nowa Gazeta Lokalna	Włącznie do 10 stron do 15 grudnia 2021 r.*
5.		Tygodnik Lokalny 7 Dni + bezpłatny partner	Włącznie do 10 stron do 15 grudnia 2021 r.*
6.	Krapkowicki	Tygodnik Krapkowicki	Włącznie do 10 stron do 15 grudnia 2021 r.*
7.		Nowiny Krapkowickie	Włącznie do 10 stron do 15 grudnia 2021 r.*
8.	Nyski	Nowiny Nyskie	Włącznie do 10 stron do 15 grudnia 2021 r.*
9.		Mój Przewodnik (Nysa)	Włącznie do 10 stron do 15 grudnia 2021 r.*
10.	Opolski	Tygodnik Ziemi Opolskiej	Włącznie do 10 stron do 15 grudnia 2021 r.*
11.		Opowiecie info	Włącznie do 10 stron do 15 grudnia 2021 r.*
12.	Prudnicki	Tygodnik Prudnicki	Włącznie do 10 stron do 15 grudnia 2021 r.*
13.		Prudnik24	Włącznie do 10 stron do 15 grudnia 2021 r.*
14.	Strzelecki	Strzelec Opolski	Włącznie do 10 stron do 15 grudnia 2021 r.*

\* lub do wyczerpania przedmiotu zamówienia

W przypadku, gdy z przyczyn niezależnych od Wykonawcy, nie jest możliwe zamieszczenie artykułu/ów w danym tytule (np. z powodu czasowego zawieszenia druku gazety lub zamknięcia danego tytułu, bądź braku możliwości zamieszczenia artykułu w danym tytule z innych przyczyn niezależnych od Wykonawcy), zamawiający może wyrazić zgodę na rezygnację z zamieszczania artykułów w tej gazecie.

### **3.2. Termin realizacji:**

Termin realizacji - od dnia podpisania umowy do 15 grudnia 2021 roku lub do wyczerpania przedmiotu zamówienia.

Zamawiający, ustali każdorazowo harmonogram umieszczania artykułów w danym tytule z Wykonawcą, z odpowiednim wyprzedzeniem.

Z każdej gazety lokalnej po 3 egzemplarze dowodowe, powinny być dostarczone do Urzędu Marszałkowskiego Województwa Opolskiego, ul. Żeromskiego 3; 45-053 Opole.

### **3.3 Parametry techniczne:**

Skład i druk będzie realizowany z zachowaniem następujących parametrów technicznych:

Kolor pełny 4+4 CMYK

### **3.4 Zasady współpracy przy realizacji każdego z artykułów**

- 1) Do każdego artykułu/strony Zamawiający dostarczy teksty, zdjęcia w formacie jpg lub tiff itp. materiały oraz dane do opracowania wykresów i innych materiałów graficznych.
- 2) W terminie 2 dni roboczych (w dniach pracy UMWO – od poniedziałku do piątku) licząc od dnia przekazania Wykonawcy przez Zamawiającego materiałów merytorycznych, określonych w punkcie 1, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu projekt składu artykułu. Projekt zostanie przekazany Zamawiającemu w wersji elektronicznej (plik PDF).
- 3) Zamawiający ma prawo zgłaszania uwag do projektu składu, a Wykonawca zobowiązuje się do ich wprowadzenia. Zamawiający może również w całości odrzucić przygotowany przez Wykonawcę projekt składu i żądać przygotowania nowego projektu.
- 4) Wykonawca zobowiązuje się do wprowadzenia każdorazowo wszystkich uwag Zamawiającego w terminie 1 dnia roboczego (czyli w dniach pracy UMWO – od poniedziałku do piątku) od momentu ich zgłoszenia i do przekazania kolejnej wersji składu (w wersji elektronicznej – plik PDF).
- 5) Proces konsultacji pomiędzy Zamawiającym, a Wykonawcą będzie trwał aż do momentu pisemnej lub mailowej akceptacji przez Zamawiającego projektu składu strony.

## **4. Druk artykułów sponsorowanych (reklam tekstowo-graficznych) w gazecie regionalnej.**

### **4.1 Opis:**

Skład i druk artykułów, które będą wydane w największym dzienniku opiniotwórczym – gazecie regionalnej województwa opolskiego (Nowa Trybuna Opolska).

Skład i druk różnych artykułów, obejmujących łącznie do 15 stron, z zastrzeżeniem, że jednorazowo zamawiający może zamówić artykuł na nie mniej niż ½ strony i nie więcej niż 2 strony jednym wydaniu.

### **4.1. Termin realizacji:**

Termin realizacji - od dnia podpisania umowy do 15 grudnia 2021 roku lub do wyczerpania zamówienia.

Zamawiający, ustali każdorazowo harmonogram umieszczania artykułów z Wykonawcą, z odpowiednim wyprzedzeniem.

Z każdej gazety, po 3 egzemplarze dowodowe, powinny być dostarczone do Urzędu Marszałkowskiego Województwa Opolskiego, ul. Żeromskiego 3; 45-053 Opole.

#### **4.2 Parametry techniczne:**

Skład i druk będzie realizowany z zachowaniem następujących parametrów technicznych:

Kolor pełny 4+4 CMYK

#### **4.3 Zasady realizacji każdego z artykułów**

- 1) Do każdego artykułu/strony Zamawiający dostarczy teksty, zdjęcia w formacie jpg lub tiff itp. materiały oraz dane do opracowania wykresów i innych materiałów graficznych.
- 2) W terminie 2 dni roboczych (w dniach pracy UMWO – od poniedziałku do piątku) licząc od dnia przekazania Wykonawcy przez Zamawiającego materiałów merytorycznych, określonych w punkcie 1, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu projekt składu artykułu. Projekt zostanie przekazany Zamawiającemu w wersji elektronicznej (plik PDF).
- 3) Zamawiający ma prawo zgłaszania uwag do projektu składu, a Wykonawca zobowiązuje się do ich wprowadzenia. Zamawiający może również w całości odrzucić przygotowany przez Wykonawcę projekt składu i żądać przygotowania nowego projektu.
- 4) Wykonawca zobowiązuje się do wprowadzenia każdorazowo wszystkich uwag Zamawiającego w terminie 1 dnia roboczego (czyli w dniach pracy UMWO – od poniedziałku do piątku) od momentu ich zgłoszenia i do przekazania kolejnej wersji składu (w wersji elektronicznej – plik PDF).
- 5) Proces konsultacji pomiędzy Zamawiającym, a Wykonawcą będzie trwał aż do momentu pisemnej lub mailowej akceptacji przez Zamawiającego projektu składu strony.

W przypadku, gdy z przyczyn niezależnych od Wykonawcy, nie jest możliwe zamieszczenie artykułu/ów w w/w gazecie (np. z powodu czasowego zawieszenia druku gazety lub zamknięcia tytułu, bądź braku możliwości zamieszczenia artykułu w gazecie z innych przyczyn niezależnych od Wykonawcy), zamawiający może wyrazić zgodę na rezygnację z zamieszczania artykułów w tej gazecie.

### **5. Opracowanie narzędzi i ich emisja w Internecie**

Do obowiązków Wykonawcy należy opracowanie:

- 1) graficznej reklamy internetowej zgodnie linią graficzną określoną w pkt. 2.

Zamówienie obejmuje 20 reklam graficznych w formie pionowego banera (HalfPage – 300x600px; waga do 60kB) na portalu [www.nton.pl](http://www.nton.pl) oraz 20 reklam graficznych w formie pionowego banera (HalfPage – 300x600px; waga do 60kB) na portalu [www.opole.wyborcza.pl](http://www.opole.wyborcza.pl) od dnia podpisania umowy do 15 grudnia 2021 roku, lub do wyczerpania zamówienia.

Wykonawca dokona emisji ww. narzędzi na stronach internetowych dwóch największych dzienników regionalnych (lub ogólnopolskich z mutacją regionalną), czyli [www.nton.pl](http://www.nton.pl) oraz [www.opole.wyborcza.pl](http://www.opole.wyborcza.pl) (emisja na stronach głównych) lub równoważnych, tj. czyli będących stronami internetowymi

opiniotwórczych dzienników regionalnych (lub ogólnopolskich z mutacją regionalną), które ukazują się regularnie, stale od co najmniej 3 lat na terenie obejmującym całe województwo opolskie.

Pod pojęciem „dziennik opiniotwórczy” Zamawiający rozumie dziennik charakteryzujący się dominacją pogłębionych, analitycznych tekstów dotyczących głównie polityki, gospodarki, spraw zagranicznych/regionalnych o stonowanej szacie graficznej, z przewagą tekstu nad elementami graficznymi.

Liczba reklam graficznych na [www.nton.pl](http://www.nton.pl):

20 reklam graficznych w formie pionowego banera (HalfPage – 300x600px; waga do 60kB) od dnia podpisania umowy do 15 grudnia 2021 r. lub do wyczerpania zamówienia.

Każda reklama wyświetlana będzie przez 7 dni.

Liczba reklam graficznych na [www.opole.wyborcza.pl](http://www.opole.wyborcza.pl):

20 reklam graficznych w formie pionowego banera (HalfPage – 300x600px; waga do 60kB) od dnia podpisania umowy do 15 grudnia 2021 r. lub do wyczerpania zamówienia.

Każda reklama wyświetlana będzie przez 7 dni.

Na każdym z ww. portali: capping (maksymalna liczba odsłon na jednego użytkownika): 2 oraz geotargetowanie na województwo opolskie. Reklama graficzna musi odsyłać do strony internetowej wskazanej przez Zamawiającego.

W przypadku kiedy Zamawiający nie wykorzysta zakładanej liczby reklam graficznych, kwota jaką Zamawiający zapłaci Wykonawcy zostanie pomniejszona o odpowiednią wartość niewykonanego działania, wynikającą z przedstawionych Zamawiającemu przez Wykonawcę cen jednostkowych.

2) emisji elastycznych reklam displayowych w sieci reklamowej Google AdWords, w formacie: prostokąta w orientacji poziomej w proporcjach 1:91 i minimalnych rozmiarach 600 x 314 pikseli oraz kwadratu w proporcjach 1:1 i minimalnych rozmiarach 300 x 300 pikseli, wraz z wzorem logo, przekazanym przez Zamawiającego.

Zasięg łączny kampanii to 20 000 000 wyświetleń.

Zasięg jednej kampanii od 500 000 do 5 000 000 wyświetleń.

Reklamy będą targetowane na osoby znajdujące się na terenie Województwa Opolskiego.

Zamawiający każdorazowo z trzydniowym (dni robocze), wyprzedzeniem e-mailowo lub telefonicznie poinformuje Wykonawcę o temacie danej kampanii, terminie rozpoczęcia kampanii i wymaganej w danej kampanii ilości wyświetleń oraz o ograniczeniach emisji.

Rozliczenie nastąpi na podstawie wygenerowanego raportu zawierającego informację co do liczby wyświetleń poszczególnych kampanii.

## **6. Promocja na portalu Facebook (FB)**

Do obowiązków Wykonawcy należy utworzenie (stworzenie grafiki) i promocja 30 wpisów na różnych profilach fanpage administrowanych przez Województwo Opolskie w uzgodnieniu i współpracy z Zamawiającym. Zamawiający dopuszcza także możliwość wskazania do promowania posta,

stworzonego w całości przez Zamawiającego. Wszystkie materiały publikowane na portalu Facebook muszą być spójne z linią graficzną opisaną w pkt 2.

Wykonawca opracuje i/lub pozyska materiały graficzne (zdjęcia, grafiki, itp.) na potrzeby promocji postów (zgodnych ze standardami portalu FB). W przygotowywanych postach Wykonawca będzie mógł również korzystać z materiałów przygotowanych i przekazanych przez Zamawiającego.

Wykonawca będzie umieszczać posty przy pomocy narzędzi reklamowych FB (z wykorzystaniem reklam wyświetlających się w aktualnościach użytkowników). Wykonawca każdorazowo będzie konsultować z Zamawiającym grupę docelową poszczególnych wpisów.

Zasięg geograficzny: województwo opolskie.

Zasięg (tj. liczba osób, które widziały dany post) musi wynieść min. 525 000 łącznie dla wszystkich promowanych postów w okresie kampanii. Min. średni zasięg 1 posta: 17 500 (jednakże nie mniej niż 10 000 odsłon).

Do obowiązków Wykonawcy należy monitorowanie zasięgu poszczególnych postów i w razie potrzeby optymalizacja kampanii, tak aby zrealizować zakładane wskaźniki w postaci zasięgu, współczynnika zaangażowania.

## **7. Kampania outdoorowa realizowana na terenie województwa opolskiego – w zakresie objętym prawem opcji.**

### **7.1. Termin i czas realizacja dwóch kampanii outdoorowych:**

Dwie kampanie outdoorowe o czasie trwania min. 14 dni każda (min. 14 dni jedna kampania, min. 14 dni druga kampania), zrealizowane w zakresie objętym prawem opcji – tj. w okresie od podpisania umowy do 15 grudnia 2021 r. Termin przeprowadzenie każdej z kampanii outdoorowych zostanie uzgodniony i zaakceptowany przez Zamawiającego.

Poprzez „czas trwania min. 14 dni” Zamawiający rozumie jednoczesną ekspozycję reklamy na wszystkich opisanych poniżej nośnikach reklamowych przez min.14 dni (zgodnie z harmonogramem przedstawionym przez Wykonawcę i zaakceptowanym przez Zamawiającego).

#### **• Nośniki reklamowe i lokalizacje:**

Każda z dwóch kampanii realizowana będzie na następujących nośnikach:

- **Nośnikach typu billboard min. 18 m<sup>2</sup>** – wymiary minimalne 6 m (szer.) x 3 m (wys.) +/- 10 cm
  - miejsce: Miasto Opole - 8 szt.
  - Zamawiający dopuszcza usytuowanie nośnika w przypadku głównych dróg wlotowych i wylotowych do/z Opola do 5 km od granicy administracyjnej miasta.
- **Nośnikach typu billboard min. 12 m<sup>2</sup>** – wymiary minimalne 5,04 m (szer.) x 2,38 m (wys.) +/- 10 cm,
  - miejsce: Brzeg, Namysłów, Olesno, Kluczbork, Krapkowice, Głubczyce, Prudnik, Kędzierzyn – Koźle, Strzelce Opolskie, Nysa – po 2 w każdym mieście (łącznie 20 sztuk.)
  - Zamawiający dopuszcza usytuowanie nośnika w przypadku głównych dróg wlotowych i wylotowych do/z ww. miast do 2 km od granicy administracyjnej danego miasta.

Na wszystkich nośnikach typu billboard min. 18 m2 oraz min. 12 m2 Zamawiający zaplanował jedną grafikę na jedną kampanię (z zastrzeżeniem dostosowania wizualizacji do każdego z formatów) „czas trwania min 14 dni”; czyli łącznie dwie grafiki na dwie kampanie.

○ **Nośnikach typu citylight**

- miejsce: Miasto Opole – 8 szt.
- lokalizacja:
  - a) Dworzec PKP
  - b) Plac Wolności
  - c) ul. Barlickiego (przy NCPP)
  - d) ZOO
  - e) róg Ozimska/Żeromskiego
  - f) ul. Sosnkowskiego (Politechnika)
  - g) ul. Sosnkowskiego (Pierozek)
  - h) Plac Kopernika (Solaris)
- Rozmiar plakatu: 1220x1820 mm. (+/-100 mm)
- Tworzywo backlit.

Na wszystkich nośnikach typu citylight Zamawiający zaplanował jedną grafikę na jedną kampanię „czas trwania min 14 dni”; czyli łącznie dwie grafiki na dwie kampanie

○ **Reklama Tranzytowa**

- plakaty przeznaczone do ekspozycji w autobusach komunikacji miejskiej (MZK sp. z o.o.) w Opolu
- Liczba egzemplarzy: 40
- parametry co najmniej: format A3, pion, wydruk w pełnym kolorze na papierze kredowym matowym 170g/m<sup>2</sup>, lakier dyspersyjny 1/0, pełny kolor 4/0 CMYK
- zamieszczenie plakatów w autobusach komunikacji miejskiej w Opolu (MZK sp. z o.o. w Opolu) w 20 ramkach dostępnych w autobusach, ekspozycja dwustronna.

W ramach reklamy tranzytowej Zamawiający zaplanował jedną grafikę na jedną kampanię „czas trwania min 14 dni”, czyli łącznie dwie grafiki na dwie kampanie.

• **Ogólne założenia kampanii outdoorowej:**

- a) Po stronie Wykonawcy leży przygotowanie projektów graficznych reklam. Zgodnie z założeniami kampanii.
- b) Po stronie Wykonawcy leży druk reklamy w wymiarach dostosowanych do poszczególnych nośników, montaż, ekspozycja oraz demontaż reklamy na ww. opisanych nośnikach.
- c) Po podpisaniu umowy Wykonawca prześle listę lokalizacji, w których umieszczone zostaną billboardy. Lista lokalizacji będzie zawierała: nazwę ulicy i numer adresowy oraz odniesienie do najbliższego punktu orientacyjnego, w przypadku gdy nośnik znajduje się przy lub na terenie obiektów użyteczności publicznej – adres, nazwę, dokładną lokalizację nośnika.

- d) Lista lokalizacji wymaga akceptacji Zamawiającego.
- e) Zamawiający dopuszcza wprowadzenie modyfikacji do list opisanych w punkcie 10 spowodowanych okolicznościami, na które Wykonawca nie miał wpływu. W takiej sytuacji Wykonawca ma obowiązek poinformować Zamawiającego o zmianie maksymalnie 3 dni przed startem każdej Kampanii lub jeśli sytuacja ma miejsce w trakcie Kampanii niezwłocznie od momentu powzięcia takiej informacji.
- f) Wykonawca ma obowiązek dbać o należyłą ekspozycję. W przypadku wystąpienia uszkodzenia reklamy Wykonawca ma obowiązek do usunięcia usterki w ciągu 48 h. Jeśli usunięcie usterki jest niemożliwe w ww. terminie Wykonawca niezwłocznie poinformuje Zamawiającego.
- g) Wykonawca prześle w terminie 5 dni po zakończeniu każdej Kampanii raport z realizacji Kampanii zawierający: dane dotyczące efektywności tj.: ilości kontaktów z reklamą, zasięg reklamy w odniesieniu do populacji oraz raport zdjęciowy z kampanii zawierający min.: 1 zdjęcie każdego z billboardów i citylightów, dokładny adres lub opis lokalizacji nośnika, 1 zdjęcie każdego z autobusu oraz nr linii.

#### **8. Przekazanie materiałów archiwalnych i rozliczenie kampanii.**

Do 3 dni roboczych od podpisania umowy Wykonawca przekaże Zamawiającemu wykaz cen jednostkowych narzędzi (wymienionych w punktach 3, 4, 5, 6 oraz 7) w ramach kampanii, zgodnie z tabelą przekazaną przez Zamawiającego.

Rozliczenie nastąpi zgodnie z ww. wykazem cen jednostkowych po dostarczeniu poniższych materiałów:

- a) artykuły sponsorowane, o których mowa w pkt. 3 i 4, w formacie .pdf oraz w formacie umożliwiającym edycję i nanoszenie zmian (np. .ai, .indd, itp.);
- b) pliki z gotowymi reklamami internetowymi, o których mowa w pkt. 5 i linki prowadzące do nich;

Materiały, o których mowa w pkt a-b, muszą zostać przekazane Zamawiającemu nie później niż 15 grudnia 2021 r.

Zamawiający w ciągu trzech dni roboczych od daty przekazania materiałów, o których mowa w pkt a-b, dokona odbioru przedmiotu zamówienia na podstawie protokołu zdawczo-odbiorczego. Data podpisania protokołu zdawczo-odbiorczego będzie jednocześnie datą sprzedaży na fakturze VAT, wystawionej przez Wykonawcę.

Zamawiający dopuszcza rozliczenia miesięczne – tj. za elementy kampanii zrealizowane w danym miesiącu lub w nim zakończone jeśli obejmowały okres na przełomie dwóch miesięcy. Rozliczenie każdorazowo odbywać się będzie na podstawie protokołu odbioru oraz prawidłowo wystawionej faktury VAT, w oparciu o ceny jednostkowe, przedstawione Zamawiającemu przez Wykonawcę po podpisaniu umowy.



## **9. Zasady współpracy i akceptacji materiałów**

Zamawiający każdorazowo przed zleceniem danego elementu kampanii przesyła do Zamawiającego informację o chęci zlecenia, podając szczegółowe informacje np. o wybranych mediach, wielkości czy ilości artykułów, banerów itp.

- Wykonawca opracuje w porozumieniu z Zamawiającym mediaplany emisji, czy harmonogram poszczególnych działań w ramach kampanii.

Mediaplany oraz harmonogram mogą ulec zmianie w trakcie trwania kampanii. Każdorazowa zmiana medioplanu i harmonogramu wymaga akceptacji Zamawiającego.

Materiały do emisji muszą być opracowywane i przekazywane Zamawiającemu do akceptacji w terminach umożliwiających ich emisję zgodnie z terminem kampanii. Zamawiający zobowiązuje się do przekazywania uwag oraz akceptacji materiałów w terminach umożliwiających ich emisję zgodnie z harmonogramem kampanii.

W celu omawiania i przekazywania uwag Zamawiający zastrzega sobie możliwość organizowania maks. 10 spotkań z Wykonawcą w siedzibie Zamawiającego, a Wykonawca ma obowiązek stawiania się na każde spotkanie na swój koszt.

W celu sprawnej realizacji zamówienia Wykonawca wyznaczy koordynatora, tj. osobę odpowiedzialną za kontakty z Zamawiającym i realizację zadania po stronie Wykonawcy.

## **10. Oznaczanie materiałów w ramach kampanii**

Zamawiający każdorazowo przekazuje Wykonawcy informację o konieczności zastosowania właściwego ciągu logotypów do danego elementu kampanii, a Wykonawca zobowiązuje się stosować właściwe ologowanie do materiałów i dokumentów wytworzonych w związku z kampanią.

Materiały zrealizowane w ramach kampanii, które są współfinansowane ze środków unijnych, muszą zostać odpowiednio oznakowane zestawem znaków wskazujących na ich finansowanie ze zgodnie z pkt. 2. Zamawiający poinformuje każdorazowo o współfinansowaniu danego zadania ze środków unijnych.

## **11. Wskazanie osób zatrudnionych na podstawie umowy o pracę**

Zamawiający wymaga, aby czynności opracowania graficznego (w związku z realizacją zadań opisanych w pkt 3, 4, 5,) oraz koordynacji realizacji niniejszego zamówienia były wykonywane przez osoby zatrudnione przez Wykonawcę na podstawie umowy o pracę. Zamawiający ma prawo kontroli spełnienia tych wymagań przez Wykonawcę.

Wykonawca w dniu podpisania umowy oraz na każde żądanie Zamawiającego przedłoży Zamawiającemu w formie oświadczenia, informację, że osoby te są zatrudnione na podstawie umowy o pracę. Oświadczenie ujmować ma co najmniej liczbę osób zatrudnionych na podstawie umowy o pracę oraz rodzaj wykonywanych przez nich czynności.