

Zamówienie współfinansowane jest przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego oraz środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Opolskiego na lata 2014-2020.

Załącznik nr 1 do Uchwały nr 7459/2022

Zarządu Województwa Opolskiego z dnia 11 lipca 2022r.

### **Opis przedmiotu zamówienia**

Przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej dot. efektów wdrażania projektów, przedsięwzięć i wydarzeń realizowanych przez Samorząd Województwa Opolskiego.

#### **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 dnia wyczerpania przedmiotu umowy, jednak nie dłużej niż **12 miesięcy** od dnia podpisania 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 20 bloków kampanijnych – podzielonych na 7 zadań.

Tab. 1 Ilość bloków tematycznych realizowanych przez Zamawiającego

Numer zadania	Zamawiający	Ilość bloków tematycznych
1	2	3
I	Departament Polityki Regionalnej i Przestrzennej	3
II	Departament Rozwoju Obszarów Wiejskich	1
III	Gabinet Marszałka	2
IV	Departament Ochrony Środowiska	6
V	Biuro Dialogu i Partnerstwa Obywatelskiego	6
VI	Departament Infrastruktury i Gospodarki	1
VII	Departament Edukacji i Rynku Pracy	1

W kampanii zamierzamy pokazywać dobre praktyki, własne projekty i przedsięwzięcia oraz wspólne wydarzenia i działania inicjowane razem z lokalnymi samorządami, organizacjami pozarządowymi, organizacjami otoczenia biznesu, mediami i innymi instytucjami. Obowiązkowym elementem oznakowania materiałów oraz przekazów wytworzonych w ramach kampanii jest zestawienie znaków oznaczających współfinansowanie unijne, bądź innych w zależności od potrzeb Zamawiającego.

### 2.1. Zadanie 1

#### DEPARTAMENT POLITYKI REGIONALNEJ I PRZESTRZENNEJ

Departament Polityki Regionalnej i Przestrzennej planuje zamówienie 3 bloków tematycznych w ramach kampanii.

Tab. 2 Bloki tematyczne Departamentu Polityki Regionalnej i Przestrzennej

Skrót bloków kampanii	Tytuł bloku
1	2
DRP1	Promocja województwa, jako inicjatora OKRIS oraz samej inicjatywy i jej partnerów
DRP2	Najlepsza Przestrzeń Publiczna Województwa Opolskiego 2022 – zaproszenie do głosowania internautów

DRP3	Najlepsza Przestrzeń Publiczna Województwa Opolskiego 2022 – ogłoszenie wyników po Gali
------	---

### **2.1.1. Druk różnych artykułów sponsorowanych (reklam tekstowo-graficznych) w 15 gazetach lokalnych.**

#### **Opis:**

Skład i druk różnych artykułów, obejmujących po 1 stronie w każdym tytule (zgodnie z zestawieniem poniżej):

- Powiat brzeski (*Panorama Powiatu Brzeskiego, Gazeta Brzeska, Głos Powiatu*);
- Powiat kędzierzyńsko-kozielski (*Nowa Gazeta Lokalna, Tygodnik Lokalny 7 Dni + bezpłatny partner*);
- Powiat krapkowicki (*Tygodnik Krapkowicki, Nowiny Krapkowickie*);
- Powiat namysłowski (*Namysłowski Kurier Lokalny*);
- Powiat nyski (*Nowiny Nyskie, Mój Przewodnik (Nysa)*);
- Powiat opolski (*Tygodnik Ziemi Opolskiej, Opowiecie info, Tygodnik Prudnicki*);
- Powiat prudnicki (*Prudnik24*);
- Powiat strzelecki (*Strzelec Opolski*).

#### **Termin realizacji:**

Termin realizacji - Od dnia podpisania umowy do dnia wyczerpania przedmiotu umowy, jednak nie dłużej niż **3 miesiące** od dnia podpisania umowy.

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 siedziby Zamawiającego, zgodnie z zapisami punktu 2.1.7.

#### **Parametry techniczne:**

Skład i druk będzie realizowany z zachowaniem następujących parametrów technicznych:

Kolor pełny 4+4 CMYK

#### **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 do momentu pisemnej lub mailowej akceptacji przez Zamawiającego projektu składu strony.
- 6) 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, obniżając wynagrodzenie zgodnie z wykazem cen jednostkowych przedstawionych przez Wykonawcę po podpisaniu umowy.

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

#### **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 3 strony, z zastrzeżeniem, że jednorazowo zamawiający może zamówić artykuł na nie mniej niż ½ strony i nie więcej niż 2 strony jednym wydaniu.

**Termin realizacji:** od dnia podpisania umowy do dnia wyczerpania przedmiotu umowy, jednak nie dłużej niż **3 miesiące** od dnia podpisania umowy.

Zamawiający, ustali każdorazowo harmonogram umieszczania artykułów z Wykonawcą, z odpowiednim wyprzedzeniem. Z każdej gazety regionalnej po 3 egzemplarze dowodowe, powinny być dostarczone do siedziby zamawiającego, zgodnie z zapisami punktu 2.1.7.

### **Parametry techniczne:**

Skład i druk będzie realizowany z zachowaniem następujących parametrów technicznych:

Kolor pełny 4+4 CMYK

### **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 do momentu pisemnej lub mailowej akceptacji przez Zamawiającego projektu składu strony.
- 6) 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, obniżając wynagrodzenie zgodnie z wykazem cen jednostkowych przedstawionych przez Wykonawcę po podpisaniu umowy.

### **2.1.3. Graficzna reklama na stronach dzienników o zasięgu regionalnym**

Do obowiązków Wykonawcy należy opracowanie graficznej reklamy internetowej.

Zamówienie obejmuje:

- 2 reklamy graficzne w formie pionowego banera (HalfPage 300x600px; waga do 60kB) na portalu [www.nto.pl](http://www.nto.pl)
- 2 reklamy graficzne w formie pionowego banera (HalfPage 300x600px; waga do 60kB) na portalu [www.opole.wyborcza.pl](http://www.opole.wyborcza.pl)

**Termin:** Od dnia podpisania umowy do dnia wyczerpania przedmiotu umowy, jednak nie dłużej niż **3 miesiące** od dnia podpisania umowy.

Wykonawca dokona emisji ww. narzędzi na stronach internetowych dwóch największych dzienników regionalnych (lub ogólnopolskich z mutacją regionalną), czyli [www.nto.pl](http://www.nto.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. Każda reklama emitowana będzie przez okres 7 dni kalendarzowych. W przypadku braku możliwości emisji reklam graficznych w formie pionowego banera (HalfPage 300x600px; waga do 60kB) na danym portalu Zamawiający dopuszcza emisję reklamy graficznej w formie banera megaboard (1150x600; waga do 120kB).

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.

Do obowiązków Wykonawcy należy utworzenie grafiki w uzgodnieniu z Zamawiającym w oparciu o opracowane i/lub pozyskane materiały graficzne (zdjęcia, grafiki, itp.). W przygotowywanych reklamach Wykonawca będzie mógł również korzystać z materiałów przygotowanych i przekazanych 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.

#### **2.1.4. Emisja elastycznych reklam displayowych w sieci reklamowej Google AdWords,**

Zamawiający zamawia 1 reklamę 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 jednej reklamy to minimum 1 000 000 wyświetleń. Reklamy będą targetowane na osoby znajdujące się na terenie województwa opolskiego. Zamawiający każdorazowo z trydziennym (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.

Do obowiązków Wykonawcy należy utworzenie grafiki w uzgodnieniu z Zamawiającym w oparciu o opracowane i/lub pozyskane materiały graficzne (zdjęcia, grafiki, itp.). W przygotowywanych reklamach Wykonawca będzie mógł również korzystać z materiałów przygotowanych i przekazanych 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.

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

Do obowiązków Wykonawcy należy utworzenie (stworzenie grafiki) i promocja 3 wpisów na różnych profilach fanpage administrowanych przez Województwo Opolskie w uzgodnieniu i we współpracy z Zamawiającym. Zamawiający dopuszcza także możliwość wskazania do promowania posta, stworzonego w całości przez Zamawiającego. 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 postów. Zasięg geograficzny: województwo opolskie. Zasięg (tj. liczba osób, które widziały dany post) musi wynieść min. 20 000 dla każdego z promowanych postów. Do obowiązków Wykonawcy należy monitorowanie zasięgu poszczególnych postów i w razie potrzeby optymalizacja kampanii, tak aby zrealizować zakładane wskaźniki w postaci zasięgu, współczynnika zaangażowania.

### **2.1.6. Promocja w regionalnych i lokalnych stacjach radiowych**

Do obowiązków Wykonawcy należy produkcja i emisja 1-minutowych reklam radiowych (spotów w formie mini audycji) w następujących stacjach emitujących program radiowy w woj. opolskim.

- Radio DOXA;
- Radio NYSA FM;
- Radio PARK;
- Radio ZŁOTE PRZEBOJE;
- Radio POGODA;
- Radio ROCK;
- Radio RMF MAXX OPOLE;
- MELORADIO;
- Radio ESKA;
- Radio ONY;

Do obowiązków Wykonawcy należy: opracowanie scenariusza spotu (reklamy), dobór i nagranie aktorów/lektorów/głosów, zakup/nagranie podkładu muzycznego, montaż i emisja spotów w ww. stacjach radiowych. Scenariusz reklamy, dobór aktorów/lektorów/głosów, podkłady muzyczne muszą zostać zaakceptowane przez zamawiającego przed nagraniem/montażem spotu. Tylko spoty zaakceptowane przez Zamawiającego mogą być emitowane. Wykonawca opracuje i/lub pozyska materiały dźwiękowe na potrzeby produkcji spotów (zgodnych prawem autorskim i wolnych od roszczeń osób trzecich). W przygotowywanych spotach Wykonawca będzie mógł również korzystać z materiałów przygotowanych i przekazanych przez Zamawiającego, który dopuszcza możliwość przekazania własnego materiału dźwiękowego do wykorzystania w produkcji spotów. Każda reklama będzie emitowana w blokach reklamowych lub poza blokami reklamowymi w dniach roboczych tj. od poniedziałku do piątku w ilości 1 emisja główna + 3 powtórki. Wykonawca będzie zlecać emisję spotów w tzw. prime-time w każdej stacji radiowej. Media plan kampanii musi zostać zaakceptowany przez Zamawiającego przez rozpoczęciem emisji. W przypadku braku możliwości emisji w danej radiostacji 1-minutowych reklam radiowych (spotów w formie mini audycji) Zamawiający dopuszcza produkcję oraz emisję spotów 30 sekundowych.



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

Do 5 dni roboczych od podpisania umowy Wykonawca przekaże Zamawiającemu wykaz cen jednostkowych narzędzi 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. 2.1.1 oraz 2.1.2, w formacie .pdf oraz w formacie umożliwiającym edycję i nanoszenie zmian wraz z egzemplarzami dowodowymi w ilości 3 szt. z każdego tytułu gazety ;
- b) Raport z emisji poszczególnych reklam w Internecie wraz z osiągniętymi wskaźnikami zasięgu oraz pliki z gotowymi reklamami internetowymi, o których mowa w pkt. 2.1.3; 2.1.4.; 2.1.5.
- c) Pliki z nagranyymi spotami, o których mowa w punkcie 2.1.6. wraz z raportem z ich emisji.

Materiały, o których mowa w pkt a-c, muszą zostać przekazane Zamawiającemu przed podpisaniem protokołu zdawczo-odbiorczego. Zamawiający w ciągu pięciu dni roboczych od daty przekazania materiałów, o których mowa w pkt a-c, 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 blokowe – tj. za elementy kampanii zrealizowane w danym bloku tematycznym. 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.

### **2.1.8. Źródła finansowania kampanii oraz oznaczanie materiałów**

Bloki kampanii w ramach zadania 1 będą finansowane zgodnie z poniższą tabelą:

Tab. 3 Źródła finansowania poszczególnych bloków tematycznych

<b>Numer bloku</b>	<b>Źródło finansowania</b>
1	2
DRP1	Budżet Samorządu Województwa Opolskiego
DRP2	Budżet Samorządu Województwa Opolskiego
DRP3	Budżet Samorządu Województwa Opolskiego

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.

### PODSUMOWANIE ZADANIA 1

Tab. 4 Zestawienie trzech bloków kampanijnych wraz z doбором narzędzi promocyjnych dla Departamentu Polityki Regionalnej i Przestrzennej.

Ip.	NARZEDZIA PROMOCYJNE	JEDNOSTKA MIARY	DRP1	DRP2	DRP3
1.	Druk artykułów sponsorowanych w 15 gazetach lokalnych	1 cykl = 1 strona w każdym tytule	1		
2.	Druk artykułów sponsorowanych w gazecie regionalnej - NTO	1 strona	2		1
3.	Graficzna reklama internetowa (HalfPage: NTO, GW)	1 cykl = 2 HP	1		1
4.	Elastyczne reklamy displayowe w sieci reklamowej Google AdWords	1 milion wyświetleń		1	
5.	Promocja na portalu Facebook	1 post	1	1	1
6.	Tematyczne audycje radiowe 1-minutowe	1 audycja w każdej stacji + 3 powtór.		1	

### 3.1. Zadanie 2

#### DEPARTAMENT ROZWOJU OBSZARÓW WIEJSKICH

Departament Rozwoju Obszarów Wiejskich planuje zamówienie 1 bloku tematycznego w ramach kampanii.

Tab. 5 Blok tematyczny Departamentu Rozwoju Obszarów Wiejskich

Skrót bloków kampanii	Tytuł bloku
DWO1	Aktywni Opolscy liderzy

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

#### **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 3 strony, z zastrzeżeniem, że jednorazowo zamawiający może zamówić artykuł na nie mniej niż ½ strony i nie więcej niż 2 strony jednym wydaniu.

**Termin realizacji:** od dnia podpisania umowy do dnia wyczerpania przedmiotu umowy, jednak nie dłużej niż **12 miesięcy** od dnia podpisania umowy.

Zamawiający, ustali każdorazowo harmonogram umieszczania artykułów z Wykonawcą, z odpowiednim wyprzedzeniem. Z każdej gazety lokalnej po 3 egzemplarze dowodowe, powinny być dostarczone do siedziby zamawiającego, zgodnie z zapisami punktu 3.1.4.

#### **Parametry techniczne:**

Skład i druk będzie realizowany z zachowaniem następujących parametrów technicznych:

Kolor pełny 4+4 CMYK

#### **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 do momentu pisemnej lub mailowej akceptacji przez Zamawiającego projektu składu strony.
- 6) 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, obniżając wynagrodzenie zgodnie z wykazem cen jednostkowych przedstawionych przez Wykonawcę po podpisaniu umowy.

### **3.1.2. Graficzna reklama na stronach dzienników o zasięgu regionalnym**

Do obowiązków Wykonawcy należy opracowanie graficznej reklamy internetowej.

Zamówienie obejmuje:

- 2 reklamy graficzne w formie pionowego banera (HalfPage 300x600px; waga do 60kB) na portalu [www.nton.pl](http://www.nton.pl)
- 2 reklamy graficzne w formie pionowego banera (HalfPage 300x600px; waga do 60kB) na portalu [www.opole.wyborcza.pl](http://www.opole.wyborcza.pl)

**Termin:** Od dnia podpisania umowy do dnia wyczerpania przedmiotu umowy, jednak nie dłużej niż **12 miesięcy** od dnia podpisania umowy.

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. Każda reklama emitowana będzie przez okres 7 dni kalendarzowych. W przypadku braku możliwości emisji reklam graficznych w formie pionowego banera (HalfPage 300x600px; waga do 60kB) na danym portalu Zamawiający dopuszcza emisję reklamy graficznej w formie banera megaboard (1150x600; waga do 120kB).

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.

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

Do obowiązków Wykonawcy należy utworzenie (stworzenie grafiki) i promocja 5 wpisów na różnych profilach fanpage administrowanych przez Województwo Opolskie w uzgodnieniu i we współpracy z Zamawiającym. Zamawiający dopuszcza także możliwość wskazania do promowania posta, stworzonego w całości przez Zamawiającego. 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 postów. Zasięg geograficzny: województwo opolskie. Zasięg (tj. liczba osób, które widziały dany post) musi wynieść min. 20 000 dla każdego z promowanych postów. Do obowiązków Wykonawcy należy monitorowanie zasięgu poszczególnych postów i w razie potrzeby optymalizacja kampanii, tak aby zrealizować zakładane wskaźniki w postaci zasięgu, współczynnika zaangażowania.

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

Do 3 dni roboczych od podpisania umowy Wykonawca przekaże Zamawiającemu wykaz cen jednostkowych narzędzi 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. 3.1.1, w formacie .pdf oraz w formacie umożliwiającym edycję i nanoszenie zmian wraz z 3 egzemplarzami dowodowymi;

- b) Raport z emisji poszczególnych reklam w Internecie wraz z osiągniętymi wskaźnikami zasięgu oraz pliki z gotowymi reklamami internetowymi, o których mowa w pkt. 3.1.2; oraz 3.1.3.

Materiały, o których mowa w pkt a-b, muszą zostać przekazane Zamawiającemu przed podpisaniem protokołu zdawczo-odbiorczego. 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 blokowe – tj. za elementy kampanii zrealizowane w danym bloku tematycznym. 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.

### 3.1.5. Źródła finansowania kampanii oraz oznaczanie materiałów

Blok kampanii w ramach zadania 2 będzie finansowany zgodnie z poniższą tabelą:

Tab. 6 Źródło finansowania bloku tematycznego Departamentu Rozwoju Obszarów Wiejskich

Numer bloku	Źródło finansowania
1	2
DWO1	Budżet Samorządu Województwa Opolskiego

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.

### PODSUMOWANIE ZADANIA 2

Tab. 7 Zestawienie bloków kampanijnych wraz z doбором narzędzi promocyjnych dla Departamentu Rozwoju Obszarów Wiejskich.

lp.	NARZEDZIA PROMOCYJNE	JEDNOSTKA MIARY	DWO 1

1.	Druk artykułów sponsorowanych w gazecie regionalnej - NTO	1 strona	3
2.	Graficzna reklama internetowa (HalfPage: NTO, GW)	1 cykl = 2 HP	2
3.	Promocja na portalu Facebook	1 post	5

#### 4.1 Zadanie 3

##### GABINET MARSZAŁKA

Gabinet Marszałka planuje zamówienie 2 bloków tematycznych w ramach kampanii.

Tab.8 Bloki tematyczne Gabinetu Marszałka

Skrót bloków kampanii	Tytuł bloku
GM1	Rezerwa 1
GM2	Rezerwa 2

#### 4.1.1 Druk różnych artykułów sponsorowanych (reklam tekstowo-graficznych) w 15 gazetach lokalnych.

##### Opis:

Skład i druk różnych artykułów, obejmujących do 2 stron w każdym tytule (zgodnie z zestawieniem poniżej), z zastrzeżeniem, że jednorazowo zamawiający może zamówić artykuł na nie mniej niż ½ strony w jednym wydaniu.

- Powiat brzeski (*Panorama Powiatu Brzeskiego, Gazeta Brzeska, Głos Powiatu*)
- Powiat kędzierzyńsko-kozielski (*Nowa Gazeta Lokalna, Tygodnik Lokalny 7 Dni + bezpłatny partner*)
- Powiat krapkowicki (*Tygodnik Krapkowicki, Nowiny Krapkowickie*)
- Powiat namysłowski (*Namysłowski Kurier Lokalny*)
- Powiat nyski (*Nowiny Nyskie, Mój Przewodnik (Nysa)*)
- Powiat opolski (*Tygodnik Ziemi Opolskiej, Opowiecie info, Tygodnik Prudnicki*)
- Powiat prudnicki (*Prudnik24*)
- Powiat strzelecki (*Strzelec Opolski*)

##### Termin realizacji:

Termin realizacji - Od dnia podpisania umowy do dnia wyczerpania przedmiotu umowy, jednak nie dłużej niż **12 miesięcy** od dnia podpisania umowy.

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 siedziby Zamawiającego, zgodnie z zapisami punktu 4.1.6.

**Parametry techniczne:**

Skład i druk będzie realizowany z zachowaniem następujących parametrów technicznych:

Kolor pełny 4+4 CMYK

**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 do momentu pisemnej lub mailowej akceptacji przez Zamawiającego projektu składu strony.
- 6) 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, obniżając wynagrodzenie zgodnie z wykazem cen jednostkowych przedstawionych przez Wykonawcę po podpisaniu umowy.



#### **4.1.2 Emisja elastycznych reklam displayowych w sieci reklamowej Google AdWords,**

Zamawiający zamawia 2 reklamy 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 jednej reklamy to minimum 1 000 000 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.

Do obowiązków Wykonawcy należy utworzenie grafiki w uzgodnieniu z Zamawiającym w oparciu o opracowane i/lub pozyskane materiały graficzne (zdjęcia, grafiki, itp.). W przygotowywanych reklamach Wykonawca będzie mógł również korzystać z materiałów przygotowanych i przekazanych przez Zamawiającego.

Do obowiązków Wykonawcy należy utworzenie grafiki w uzgodnieniu z Zamawiającym w oparciu o opracowane i/lub pozyskane materiały graficzne (zdjęcia, grafiki, itp.). W przygotowywanych reklamach Wykonawca będzie mógł również korzystać z materiałów przygotowanych i przekazanych przez Zamawiającego.

#### **4.1.3 Promocja na portalu Facebook (FB)**

Do obowiązków Wykonawcy należy utworzenie (stworzenie grafiki) i promocja 2 wpisów na różnych profilach fanpage administrowanych przez Województwo Opolskie w uzgodnieniu i we współpracy z Zamawiającym. Zamawiający dopuszcza także możliwość wskazania do promowania posta, stworzonego w całości przez Zamawiającego. 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 postów. Zasięg geograficzny: województwo opolskie. Zasięg (tj. liczba osób, które widziały dany post) musi wynieść min. 20 000 dla każdego z promowanych postów. Do obowiązków Wykonawcy należy monitorowanie zasięgu poszczególnych postów i w razie potrzeby

optymalizacja kampanii, tak aby zrealizować zakładane wskaźniki w postaci zasięgu, współczynnika zaangażowania.

#### **4.1.4 Promocja w regionalnych i lokalnych stacjach radiowych**

Do obowiązków Wykonawcy należy produkcja i emisja 2 różnych 1-minutowych reklam radiowych (spotów w formie mini audycji) w następujących stacjach emitujących program radiowy w woj. opolskim.

- Radio DOXA;
- Radio NYSA FM;
- Radio PARK;
- Radio ZŁOTE PRZEBOJE;
- Radio POGODA;
- Radio ROCK;
- Radio RMF MAXX OPOLE;
- MELORADIO;
- Radio ESKA;
- Radio ONY;

Do obowiązków Wykonawcy należy: opracowanie scenariusza spotu (reklamy), dobór i nagranie aktorów/lektorów/głosów, zakup/nagranie podkładu muzycznego, montaż i emisja spotów w ww. stacjach radiowych. Scenariusz reklamy, dobór aktorów/lektorów/głosów, podkłady muzyczne muszą zostać zaakceptowane przez zamawiającego przed nagraniem/montażem spotu. Tylko spoty zaakceptowane przez Zamawiającego mogą być emitowane. Wykonawca opracuje i/lub pozyska materiały dźwiękowe na potrzeby produkcji spotów (zgodnych prawem autorskim i wolnych od roszczeń osób trzecich). W przygotowywanych spotach Wykonawca będzie mógł również korzystać z materiałów przygotowanych i przekazanych przez Zamawiającego, który dopuszcza możliwość przekazania własnego materiału dźwiękowego do wykorzystania w produkcji spotów. Każda reklama będzie emitowana w blokach reklamowych lub poza blokami reklamowymi w dniach roboczych tj. od poniedziałku do piątku w ilości 1 emisja główna + 3 powtórki. Wykonawca będzie zlecać emisję spotów w tzw. prime-time w każdej stacji radiowej. Media plan każdej kampanii musi zostać zaakceptowany przez Zamawiającego przed rozpoczęciem emisji. W przypadku braku możliwości emisji w danej radiostacji 1-minutowych reklam radiowych (spotów w formie mini audycji) Zamawiający dopuszcza produkcję oraz emisję spotów 30 sekundowych.

#### 4.1.5 Reklama graficzna na lokalnych portalach internetowych

Do obowiązków Wykonawcy należy opracowanie i zamieszczenie 2 cykli graficznych reklam internetowych na stronach lokalnych portali internetowych województwa opolskiego wg poniższego zestawienia:

- Powiat brzeski (*GłosPowiatu24, brzeg24.pl*);
- Powiat głubczycki (*Twoje Głubczyce*);
- Powiat kędzierzyńsko-kozielski (*KK24, Tygodnik7dni, TVKK, Lokalna24*);
- Powiat kluczborski (*kulisypowiatu*);
- Powiat krapkowicki (*Nowiny Krapkowickie, tygodnik krapkowicki + Tygodnik Ziemi Opolskiej*);
- Powiat namysłowski (*namysłowanie.pl, namyslow.info*);
- Powiat nyski (*Nysa Info, Nysa Hot*);
- Powiat oleski (*ool24*);
- Powiat opolski (*24opole, Opowiecie.info*);
- Powiat prudnicki (*terazprudnik.pl, prudnik24.pl*);
- Powiat strzelecki (*strzelec.info*);

Zamówienie obejmuje 2 cykle reklam graficznych w formie banneru o minimalnych wymiarach (HalfPage – 300x600px; waga do 60kB). 1 cykl musi być emitowany na każdym z ww. portali w podobnym czasie, w terminie uzgodnionym z Zamawiającym. Każda reklama emitowana będzie przez okres 7 dni kalendarzowych. 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.

W przypadku, gdy z przyczyn niezależnych od Wykonawcy, nie jest możliwe zamieszczenie banneru graficznego w danym portalu (np. z powodu czasowego zawieszenia jego funkcjonowania lub zamknięcia danego portalu, bądź braku możliwości zamieszczenia banneru z innych przyczyn niezależnych od Wykonawcy), zamawiający może wyrazić zgodę na rezygnację z zamieszczania

bannera na tym portalu, obniżając wynagrodzenie zgodnie z wykazem cen jednostkowych przedstawionych przez Wykonawcę po podpisaniu umowy.

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

Do 5 dni roboczych od podpisania umowy Wykonawca przekaże Zamawiającemu wykaz cen jednostkowych narzędzi 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. 4.1.1, w formacie .pdf oraz w formacie umożliwiającym edycję i nanoszenie zmian wraz z egzemplarzami dowodowymi w ilości 3 szt. z każdego tytułu gazety;
- b) Raport z emisji poszczególnych reklam w Internecie wraz z osiągniętymi wskaźnikami zasięgu oraz pliki z gotowymi reklamami internetowymi, o których mowa w pkt. 4.1.2, 4.1.3, 4.1.5;
- c) Pliki z nagranyymi spotami, o których mowa w punkcie 4.1.4. wraz z raportem z ich emisji.

Materiały, o których mowa w pkt a-c, muszą zostać przekazane Zamawiającemu przed podpisaniem protokołu zdawczo-odbiorczego. Zamawiający w ciągu pięciu dni roboczych od daty przekazania materiałów, o których mowa w pkt a-c, 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 blokowe – tj. za elementy kampanii zrealizowane w danym bloku tematycznym. 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.

#### **4.1.7 Źródła finansowania kampanii oraz oznaczanie materiałów**

Bloki kampanii w ramach zadania 3 będą finansowane ze środków budżetu Samorządu Województwa Opolskiego. 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.

### PODSUMOWANIE ZADANIA 3

Tab. 9 Zestawienie bloków kampanijnych wraz z doбором narzędzi promocyjnych dla Gabinetu Marszałka.

<b>I.p.</b>	<b>Narzędzia promocyjne</b>	<b>Jednostka miary</b>	<b>GM1</b>	<b>GM2</b>
1.	Druk artykułów sponsorowanych w 15 gazetach lokalnych	1 cykl = 1 strona w każdym tytule	1	1
2.	Elastyczne reklamy displayowe w sieci reklamowej Google AdWords	1 milion wyświetleń	1	1
3.	Promocja na portalu Facebook	1 post	1	1
4.	Tematyczne audycje radiowe 1-minutowe	3x1 audycja w każdej stacji	1	1
5.	Promocja w regionalnych portalach internetowych	1 reklama w każdym portalu	1	1



Projekt pn. „Wdrożenie systemu zarządzania jakością powietrza w samorządach województwa opolskiego”, LIFE19 GIE/PL/000398 - LIFE\_AQP\_Opolskie\_2019.PL jest finansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu LIFE i współfinansowany przez Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

## 5.1 Zadanie 4

### DEPARTAMENT OCHRONY ŚRODOWISKA

Departament Ochrony Środowiska planuje zamówienie 6 bloków tematycznych w ramach kampanii.

Tab. 10 Bloki tematyczne Departamentu Ochrony Środowiska

Skrót bloków kampanii	Tytuł bloku
DOŚ1	LIFE – zaprezentowanie 42 Gminnych Koordynatorów POP w swoich gminach
DOŚ 2	LIFE – spotkania edukacyjno-promocyjne Gminnych Koordynatorów POP z mieszkańcami swoich gmin
DOŚ 3	LIFE – Wersja użytkowa systemu IT – dla wszystkich użytkowników WO
DOŚ 4	LIFE – zakończenie studiów podyplomowych przez Gminnych koordynatorów POP na Politechnice Opolskiej, przygotowanie 40 gminnych POP w systemie IT
DOŚ 5	LIFE – podsumowanie działań edukacyjnych oraz ich wpływ na ocenę poprawy jakości powietrza przed II badaniem świadomości mieszkańców
DOŚ 6	LIFE – Konferencja podsumowująca projekt

#### 5.1.1 Druk różnych artykułów sponsorowanych (reklam tekstowo-graficznych) w 15 gazetach lokalnych.

##### Opis:

Skład i druk różnych artykułów, obejmujących po 3 strony w każdym tytule (zgodnie z zestawieniem poniżej):

- Powiat brzeski (*Panorama Powiatu Brzeskiego, Gazeta Brzeska, Głos Powiatu*);

- Powiat kędzierzyńsko-kozielski (*Nowa Gazeta Lokalna, Tygodnik Lokalny 7 Dni + bezpłatny partner*);
- Powiat krapkowicki (*Tygodnik Krapkowicki, Nowiny Krapkowickie*);
- Powiat namysłowski (*Namysłowski Kurier Lokalny*);
- Powiat nyski (*Nowiny Nyskie, Mój Przewodnik (Nysa)*);
- Powiat opolski (*Tygodnik Ziemi Opolskiej, Opowiecie info, Tygodnik Prudnicki*);
- Powiat prudnicki (*Prudnik24*);
- Powiat strzelecki (*Strzelec Opolski*).

#### **Termin realizacji:**

Termin realizacji - Od dnia podpisania umowy do dnia wyczerpania przedmiotu umowy, jednak nie dłużej niż **12 miesięcy** od dnia podpisania umowy.

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 siedziby Zamawiającego, zgodnie z zapisami punktu 5.1.7.

#### **Parametry techniczne:**

Skład i druk będzie realizowany z zachowaniem następujących parametrów technicznych:

Kolor pełny 4+4 CMYK

#### **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 do momentu pisemnej lub mailowej akceptacji przez Zamawiającego projektu składu strony.
- 6) 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, obniżając wynagrodzenie zgodnie z wykazem cen jednostkowych przedstawionych przez Wykonawcę po podpisaniu umowy.

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

#### **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 2 strony, z zastrzeżeniem, że jednorazowo zamawiający może zamówić artykuł na nie mniej niż ½ strony w jednym wydaniu.

**Termin realizacji:** od dnia podpisania umowy do dnia wyczerpania przedmiotu umowy, jednak nie dłużej niż **12 miesięcy** od dnia podpisania umowy.

Zamawiający, ustali każdorazowo harmonogram umieszczania artykułów z Wykonawcą, z odpowiednim wyprzedzeniem. Z każdej gazety lokalnej po 3 egzemplarze dowodowe, powinny być dostarczone do siedziby zamawiającego, zgodnie z zapisami punktu 5.1.7.

#### **Parametry techniczne:**

Skład i druk będzie realizowany z zachowaniem następujących parametrów technicznych:

Kolor pełny 4+4 CMYK

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

- a) Do każdego artykułu/strony Zamawiający dostarczy teksty, zdjęcia w formacie jpg lub tiff itp. materiały oraz dane do opracowania wykresów i innych materiałów graficznych.



- b) 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).
- c) 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.
- d) 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).
- e) Proces konsultacji pomiędzy Zamawiającym, a Wykonawcą będzie trwał do momentu pisemnej lub mailowej akceptacji przez Zamawiającego projektu składu strony.
- f) 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, obniżając wynagrodzenie zgodnie z wykazem cen jednostkowych przedstawionych przez Wykonawcę po podpisaniu umowy.

### 5.1.3 Graficzna reklama na stronach dzienników o zasięgu regionalnym

Do obowiązków Wykonawcy należy opracowanie graficznej reklamy internetowej.

Zamówienie obejmuje:

- 1 reklamę graficzną w formie pionowego banera (HalfPage 300x600px; waga do 60kB) na portalu [www.nton.pl](http://www.nton.pl)
- 1 reklamę graficzną w formie pionowego banera (HalfPage 300x600px; waga do 60kB) na portalu [www.opole.wyborcza.pl](http://www.opole.wyborcza.pl)

**Termin:** Od dnia podpisania umowy do dnia wyczerpania przedmiotu umowy, jednak nie dłużej niż **12 miesięcy** od dnia podpisania umowy.

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. Każda reklama emitowana będzie przez okres 7 dni kalendarzowych. W przypadku braku możliwości emisji reklam graficznych w formie pionowego banera (HalfPage 300x600px; waga do 60kB) na danym portalu Zamawiający dopuszcza emisję reklamy graficznej w formie banera megaboard (1150x600; waga do 120kB).

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.

#### **5.1.4 Promocja na portalu Facebook (FB)**

Do obowiązków Wykonawcy należy utworzenie (stworzenie grafiki) i promocja 5 wpisów na różnych profilach fanpage administrowanych przez Województwo Opolskie w uzgodnieniu i we współpracy z Zamawiającym. Zamawiający dopuszcza także możliwość wskazania do promowania posta, stworzonego w całości przez Zamawiającego. 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 postów. Zasięg geograficzny: województwo opolskie. Zasięg (tj. liczba osób, które widziały dany post) musi wynieść min. 20 000 dla każdego z promowanych postów. Do obowiązków Wykonawcy należy monitorowanie zasięgu poszczególnych postów i w razie potrzeby optymalizacja kampanii, tak aby zrealizować zakładane wskaźniki w postaci zasięgu, współczynnika zaangażowania.

### 5.1.5 Promocja w regionalnych i lokalnych stacjach radiowych

Do obowiązków Wykonawcy należy produkcja i emisja 1-minutowych reklam radiowych (spotów w formie mini audycji) w następujących stacjach emitujących program radiowy w woj. opolskim.

- Radio DOXA;
- Radio NYSA FM;
- Radio PARK;
- Radio ŻŁOTE PRZEBOJE;
- Radio POGODA;
- Radio ROCK;
- Radio RMF MAXX OPOLE;
- MELORADIO;
- Radio ESKA;
- Radio ONY;

Do obowiązków Wykonawcy należy: opracowanie scenariusza spotu (reklamy), dobór i nagranie aktorów/lektorów/głosów, zakup/nagranie podkładu muzycznego, montaż i emisja spotów w ww. stacjach radiowych. Scenariusz reklamy, dobór aktorów/lektorów/głosów, podkłady muzyczne muszą zostać zaakceptowane przez zamawiającego przed nagraniem/montażem spotu. Tylko spoty zaakceptowane przez Zamawiającego mogą być emitowane. Wykonawca opracuje i/lub pozyska materiały dźwiękowe na potrzeby produkcji spotów (zgodnych prawem autorskim i wolnych od roszczeń osób trzecich). W przygotowywanych spotach Wykonawca będzie mógł również korzystać z materiałów przygotowanych i przekazanych przez Zamawiającego, który dopuszcza możliwość przekazania własnego materiału dźwiękowego do wykorzystania w produkcji spotów. Każda reklama będzie emitowana w blokach reklamowych lub poza blokami reklamowymi w dniach roboczych tj. od poniedziałku do piątku w ilości 1 emisja główna + 3 powtórki. Wykonawca będzie zlecać emisję spotów w tzw. prime-time w każdej stacji radiowej. Media plan kampanii musi zostać zaakceptowany przez Zamawiającego przed rozpoczęciem emisji. W przypadku braku możliwości emisji w danej radiostacji 1-minutowych reklam radiowych (spotów w formie mini audycji) Zamawiający dopuszcza produkcję oraz emisję spotów 30 sekundowych.

### 5.1.6 Reklama graficzna na lokalnych portalach internetowych

Do obowiązków Wykonawcy należy opracowanie i zamieszczenie 1 cyklu graficznych reklam internetowych na stronach lokalnych portali internetowych województwa opolskiego wg poniższego zestawienia:

- Powiat brzeski (*GłosPowiatu24, brzeg24.pl*);
- Powiat głubczycki (*Twoje Głubczyce*);
- Powiat kędzierzyńsko-kozielski (*KK24, Tygodnik7dni, TVKK, Lokalna24*);
- Powiat kluczborski (*kulisypowiatu*);
- Powiat krapkowicki (*Nowiny Krapkowickie, tygodnik krapkowicki + Tygodnik Ziemi Opolskiej*);
- Powiat namysłowski (*namysłowanie.pl, namyslow.info*);
- Powiat nyski (*Nysa Info, Nysa Hot*);
- Powiat oleski (*ool24*);
- Powiat opolski (*24opole, Opowiecie.info*);
- Powiat prudnicki (*terazprudnik.pl, prudnik24.pl*);
- Powiat strzelecki (*strzelec.info*);

Zamówienie obejmuje 1 cykl reklam graficznych w formie banera o minimalnych wymiarach (HalfPage – 300x600px; waga do 60kB). 1 cykl musi być emitowany na każdym z ww. portali w podobnym czasie, w terminie uzgodnionym z Zamawiającym. Każda reklama emitowana będzie przez okres 7 dni kalendarzowych. 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.

W przypadku, gdy z przyczyn niezależnych od Wykonawcy, nie jest możliwe zamieszczenie banera graficznego w danym portalu (np. z powodu czasowego zawieszenia jego funkcjonowania lub zamknięcia danego portalu, bądź braku możliwości zamieszczenia banera z innych przyczyn niezależnych od Wykonawcy), zamawiający może wyrazić zgodę na rezygnację z zamieszczania

bannera na tym portalu, obniżając wynagrodzenie zgodnie z wykazem cen jednostkowych przedstawionych przez Wykonawcę po podpisaniu umowy.

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

Do 5 dni roboczych od podpisania umowy Wykonawca przekaże Zamawiającemu wykaz cen jednostkowych narzędzi 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. 5.1.1 oraz 5.1.2, w formacie .pdf oraz w formacie umożliwiającym edycję i nanoszenie zmian wraz z egzemplarzami dowodowymi w ilości 3 szt. z każdego tytułu gazety ;
- b) Raport z emisji poszczególnych reklam w Internecie wraz z osiągniętymi wskaźnikami zasięgu oraz pliki z gotowymi reklamami internetowymi, o których mowa w pkt. 5.1.3, 5.1.4 oraz 5.1.6.
- c) Pliki z nagranyymi spotami, o których mowa w punkcie 5.1.5. wraz z raportem z ich emisji

Materiały, o których mowa w pkt a-c, muszą zostać przekazane Zamawiającemu przed podpisaniem protokołu zdawczo-odbiorczego. Zamawiający w ciągu pięciu dni roboczych od daty przekazania materiałów, o których mowa w pkt a-c, 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 blokowe – tj. za elementy kampanii zrealizowane w danym bloku tematycznym. 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.

#### **5.1.8 Źródła finansowania kampanii oraz oznaczanie materiałów**

Bloki kampanii w ramach zadania 4 będą finansowane ze środków Projektu LIFE. 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.

## PODSUMOWANIE Zadania 4

Tab. 11 Zestawienie bloków kampanijnych wraz z doбором narzędzi promocyjnych dla Departamentu Ochrony środowiska

I.p	Narzędzia promocji	Jednostka miary	DOŚ1	DOŚ2	DOŚ3	DOŚ4	DOŚ6	DOŚ5
1.	Druk artykułów sponsorowanych w 15 gazetach lokalnych	1 cykl = 1 strona w każdym tytule	1			1		1
2.	Druk artykułów sponsorowanych w gazecie regionalnej - NTO	1 strona					1	1
3.	Graficzna reklama internetowa (HalfPage: NTO, GW)	1 cykl = 2 HP			1			
4.	Elastyczne reklamy displayowe w sieci reklamowej Google AdWords	1 milion wyświetleń						
5.	Promocja na portalu Facebook	1 post		1	1	1	1	1
6.	Tematyczne audycje radiowe 1-minutowe	1 audycja w każdej stacji + 3 powtórki						1
7.	Promocja w regionalnych portalach internetowych	1 cykl = 1 post w każdym portalu						1

### 6.1 Zadanie 5

#### BIURO DIALOGU I PARTNERSTWA OBYWATELSKIEGO

Biuro Dialogu i Partnerstwa Obywatelskiego planuje zamówienie 6 bloków tematycznych w ramach kampanii.

Tab.12 Bloki tematyczne Biura Dialogu i Partnerstwa Obywatelskiego

Skrót bloków kampanii	Tytuł bloku
BDO1	Promocja działań SWO na rzecz OSP
BDO2	Promocja działań SWO na rzecz wolontariatu i tolerancji
BDO3	Podsumowanie EBO I (edu-świadom)
BDO4	Działania senioralne
BDO5	Podsumowanie EBO (edu-świadom)
BDO6	Podsumowanie Europejskiego Roku Młodzieży w SWO, w tym projektu Opolskie dla Młodzieży

### **6.1.1 Druk różnych artykułów sponsorowanych (reklam tekstowo-graficznych) w 15 gazetach lokalnych.**

#### **Opis:**

Skład i druk różnych artykułów, obejmujących do 4 stron w każdym tytule (zgodnie z zestawieniem poniżej) z zastrzeżeniem, że jednorazowo zamawiający może zamówić artykuł na nie mniej niż ½ strony i nie więcej niż 2 strony w jednym wydaniu:

- Powiat brzeski (*Panorama Powiatu Brzeskiego, Gazeta Brzeska, Głos Powiatu*);
- Powiat kędzierzyńsko-kozielski (*Nowa Gazeta Lokalna, Tygodnik Lokalny 7 Dni + bezpłatny partner*);
- Powiat krapkowicki (*Tygodnik Krapkowicki, Nowiny Krapkowickie*);
- Powiat namysłowski (*Namysłowski Kurier Lokalny*);
- Powiat nyski (*Nowiny Nyskie, Mój Przewodnik (Nysa)*);
- Powiat opolski (*Tygodnik Ziemi Opolskiej, Opowiecie info, Tygodnik Prudnicki*);
- Powiat prudnicki (*Prudnik24*);
- Powiat strzelecki (*Strzelec Opolski*).

#### **Termin realizacji:**

Termin realizacji - Od dnia podpisania umowy do dnia wyczerpania przedmiotu umowy, jednak nie dłużej niż **12 miesięcy** od dnia podpisania umowy.

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 siedziby Zamawiającego, zgodnie z zapisami punktu 6.1.7.

#### **Parametry techniczne:**

Skład i druk będzie realizowany z zachowaniem następujących parametrów technicznych:

Kolor pełny 4+4 CMYK

#### **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 do momentu pisemnej lub mailowej akceptacji przez Zamawiającego projektu składu strony.
- 6) 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, obniżając wynagrodzenie zgodnie z wykazem cen jednostkowych przedstawionych przez Wykonawcę po podpisaniu umowy.

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

##### **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 6 stron, z zastrzeżeniem, że jednorazowo zamawiający może zamówić artykuł na nie mniej niż ½ strony i nie więcej niż 2 strony jednym wydaniu.

**Termin realizacji:** od dnia podpisania umowy do dnia wyczerpania przedmiotu umowy, jednak nie dłużej niż **12 miesięcy** od dnia podpisania umowy.

Zamawiający, ustali każdorazowo harmonogram umieszczania artykułów z Wykonawcą, z odpowiednim wyprzedzeniem. Z każdej gazety lokalnej po 3 egzemplarze dowodowe, powinny być dostarczone do siedziby zamawiającego, zgodnie z zapisami punktu 6.1.7.



### **Parametry techniczne:**

Skład i druk będzie realizowany z zachowaniem następujących parametrów technicznych:

Kolor pełny 4+4 CMYK

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

- a) Do każdego artykułu/strony Zamawiający dostarczy teksty, zdjęcia w formacie jpg lub tiff itp. materiały oraz dane do opracowania wykresów i innych materiałów graficznych.
- b) 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).
- c) 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.
- d) 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).
- e) Proces konsultacji pomiędzy Zamawiającym, a Wykonawcą będzie trwał do momentu pisemnej lub mailowej akceptacji przez Zamawiającego projektu składu strony.
- f) 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, obniżając wynagrodzenie zgodnie z wykazem cen jednostkowych przedstawionych przez Wykonawcę po podpisaniu umowy.

### **6.1.3 Graficzna reklama na stronach dzienników o zasięgu regionalnym**

Do obowiązków Wykonawcy należy opracowanie graficznej reklamy internetowej.

Zamówienie obejmuje:

- 1 reklama graficzna w formie pionowego banera (HalfPage 300x600px; waga do 60kB) na portalu [www.nton.pl](http://www.nton.pl)
- 1 reklama graficzna w formie pionowego banera (HalfPage 300x600px; waga do 60kB) na portalu [www.opole.wyborcza.pl](http://www.opole.wyborcza.pl)

**Termin:** Od dnia podpisania umowy do dnia wyczerpania przedmiotu umowy, jednak nie dłużej niż **12 miesięcy** od dnia podpisania umowy.

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. Każda reklama emitowana będzie przez okres 7 dni kalendarzowych. W przypadku braku możliwości emisji reklam graficznych w formie pionowego banera (HalfPage 300x600px; waga do 60kB) na danym portalu Zamawiający dopuszcza emisję reklamy graficznej w formie banera megaboard (1150x600; waga do 120kB).

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.

#### **6.1.4 Promocja na portalu Facebook (FB)**

Do obowiązków Wykonawcy należy utworzenie (stworzenie grafiki) i promocja 1 wpisu na profilu fanpage administrowanym przez Województwo Opolskie w uzgodnieniu i we współpracy z Zamawiającym. Zamawiający dopuszcza także możliwość wskazania do promowania posta, stworzonego w całości przez Zamawiającego. 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 umieści post przy pomocy narzędzi reklamowych FB (z wykorzystaniem reklam wyświetlających się w aktualnościach użytkowników). Wykonawca będzie konsultować z Zamawiającym grupę docelową posta. Zasięg geograficzny: województwo opolskie. Zasięg (tj. liczba osób, które widziały dany post) musi wynieść min. 20 000. Do obowiązków Wykonawcy należy monitorowanie zasięgu posta i w razie potrzeby optymalizacja kampanii, tak aby zrealizować zakładane wskaźniki w postaci zasięgu, współczynnika zaangażowania.

#### **6.1.5 Promocja w regionalnych i lokalnych stacjach radiowych**

Do obowiązków Wykonawcy należy produkcja i emisja 1 cyklu 1-minutowych reklam radiowych (spotów w formie mini audycji) w następujących stacjach emitujących program radiowy w woj. opolskim.

- Radio DOXA;
- Radio NYSA FM;
- Radio PARK;
- Radio ZŁOTE PRZEBOJE;
- Radio POGODA;
- Radio ROCK;
- Radio RMF MAXX OPOLE;
- MELORADIO;
- Radio ESKA;
- Radio ONY;

Do obowiązków Wykonawcy należy: opracowanie scenariusza spotu (reklamy), dobór i nagranie aktorów/lektorów/głosów, zakup/nagranie podkładu muzycznego, montaż i emisja spotów w ww. stacjach radiowych. Scenariusz reklamy, dobór aktorów/lektorów/głosów, podkłady muzyczne muszą zostać zaakceptowane przez zamawiającego przed nagraniem/montażem spotu. Tylko spoty zaakceptowane przez Zamawiającego mogą być emitowane. Wykonawca opracuje i/lub pozyska materiały dźwiękowe na potrzeby produkcji spotów (zgodnych prawem autorskim i wolnych od roszczeń osób trzecich). W przygotowywanych spotach Wykonawca będzie mógł również korzystać z materiałów przygotowanych i przekazanych przez Zamawiającego, który dopuszcza możliwość przekazania własnego materiału dźwiękowego do wykorzystania w produkcji spotów. Każda reklama będzie emitowana w blokach reklamowych lub poza blokami reklamowymi

w dniach roboczych tj. od poniedziałku do piątku w ilości 1 emisja główna + 3 powtórki.

Wykonawca będzie zlecać emisję spotów w tzw. prime-time w każdej stacji radiowej. Media plan kampanii musi zostać zaakceptowany przez Zamawiającego przed rozpoczęciem emisji. W przypadku braku możliwości emisji w danej radiostacji 1-minutowych reklam radiowych (spotów w formie mini audycji) Zamawiający dopuszcza produkcję oraz emisję spotów 30 sekundowych.

#### **6.1.6 Reklama graficzna na lokalnych portalach internetowych**

Do obowiązków Wykonawcy należy opracowanie i zamieszczenie 3 cykli graficznych reklam internetowych na stronach lokalnych portali internetowych województwa opolskiego wg poniższego zestawienia:

- Powiat brzeski (*GłosPowiatu24, brzeg24.pl*);
- Powiat głubczycki (*Twoje Głubczyce*);
- Powiat kędzierzyńsko-kozielski (*KK24, Tygodnik7dni, TVKK, Lokalna24*);
- Powiat kluczborski (*kulisypowiatu*);
- Powiat krapkowicki (*Nowiny Krapkowickie, tygodnik krapkowicki + Tygodnik Ziemi Opolskiej*);
- Powiat namysłowski (*namysłowanie.pl, namyslow.info*);
- Powiat nyski (*Nysa Info, Nysa Hot*);
- Powiat oleski (*ool24*);
- Powiat opolski (*24opole, Opowiecie.info*);
- Powiat prudnicki (*terazprudnik.pl, prudnik24.pl*);
- Powiat strzelecki (*strzelec.info*);

Zamówienie obejmuje 3 cykle reklam graficznych w formie banera o minimalnych wymiarach (HalfPage – 300x600px; waga do 60kB). 1 cykl musi być emitowany na każdym z ww. portali w podobnym czasie, w terminie uzgodnionym z Zamawiającym. Każda reklama emitowana będzie przez okres 7 dni kalendarzowych. 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.

W przypadku, gdy z przyczyn niezależnych od Wykonawcy, nie jest możliwe zamieszczenie baniera graficznego w danym portalu (np. z powodu czasowego zawieszenia jego funkcjonowania lub zamknięcia danego portalu, bądź braku możliwości zamieszczenia baniera z innych przyczyn niezależnych od Wykonawcy), zamawiający może wyrazić zgodę na rezygnację z zamieszczania baniera na tym portalu, obniżając wynagrodzenie zgodnie z wykazem cen jednostkowych przedstawionych przez Wykonawcę po podpisaniu umowy.

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

Do 5 dni roboczych od podpisania umowy Wykonawca przekaże Zamawiającemu wykaz cen jednostkowych narzędzi 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. 6.1.1 oraz 6.1.2, w formacie .pdf oraz w formacie umożliwiającym edycję i nanoszenie zmian wraz z egzemplarzami dowodowymi w ilości 3 szt. z każdego tytułu gazety ;
- b) Raport z emisji poszczególnych reklam w Internecie wraz z osiągniętymi wskaźnikami zasięgu oraz pliki z gotowymi reklamami internetowymi, o których mowa w pkt. 6.1.3; 6.1.4. oraz 6.1.6;
- c) Pliki z nagranyymi spotami, o których mowa w punkcie 6.1.5. wraz z raportem z ich emisji.

Materiały, o których mowa w pkt a-c, muszą zostać przekazane Zamawiającemu przed podpisaniem protokołu zdawczo-odbiorczego. Zamawiający w ciągu pięciu dni roboczych od daty przekazania materiałów, o których mowa w pkt a-c, 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 blokowe – tj. za elementy kampanii zrealizowane w danym bloku tematycznym. 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.

#### **6.1.8 Źródła finansowania kampanii oraz oznaczanie materiałów**

Tab. 13 Źródła finansowania kampanii Biura Dialogu i Partnerstwa Obywatelskiego

Numer bloku	Źródło finansowania
BDO1	Budżet Samorządu Województwa Opolskiego
BDO2	Budżet Samorządu Województwa Opolskiego
BDO3	Budżet Samorządu Województwa Opolskiego – w ramach kosztów pośrednich projektu EUROPEJSKI BUDŻET OBYWATELSKI
BDO4	Budżet Samorządu Województwa Opolskiego
BDO5	Budżet Samorządu Województwa Opolskiego – w ramach kosztów pośrednich projektu EUROPEJSKI BUDŻET OBYWATELSKI
BDO6	Budżet Samorządu Województwa Opolskiego

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.

#### PODSUMOWANIE Zadania 5

Tab.14 Zestawienie bloków kampanijnych wraz z doбором narzędzi promocyjnych dla Biura Dialogu i Partnerstwa Obywatelskiego.

	Narzędzia promocji	Jednostka miary	BDO1	BDO2	BDO3	BDO4	BDO5	BDO6
1.	Druk artykułów sponsorowanych w 14 gazetach lokalnych	1 cykl = 1 strona w każdym tytule		1	1	1	1	
2.	Druk artykułów sponsorowanych w gazecie regionalnej - NTO	1 strona	1	1	1	1	1	1
3.	Graficzna reklama internetowa (HalfPage: NTO, GW)	1 cykl = 2 HP					1	
4.	Elastyczne reklamy displayowe w sieci reklamowej Google AdWords	1 milion wyświetleń						
5.	Promocja na portalu Facebook	1 post				1		
6.	Tematyczne audycje radiowe	1 cykl = 1 audycja w każdej stacji + 3 powtórki				1		
7.	Promocja w regionalnych portalach internetowych	1 cykl = 1 post w każdym portalu	1	1				1

## 7.1 ZADANIE 6

### DEPARTAMENT INFRASTRUKTURY I GOSPODARKI

Departament Infrastruktury i Gospodarki planuje zamówienie 1 bloku tematycznego w ramach kampanii.

Tab. 15 Blok tematyczny Departamentu Infrastruktury i Gospodarki

Skrót bloków kampanii	Tytuł bloku
DIG1	Zakup samochodów specjalistycznych

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

##### Opis:

Skład i druk 1 artykułu, który będzie wydany w największym dzienniku opiniotwórczym – gazecie regionalnej województwa opolskiego (Nowa Trybuna Opolska).

**Termin realizacji:** od dnia podpisania umowy do dnia wyczerpania przedmiotu umowy, jednak nie dłużej niż **12 miesięcy** od dnia podpisania umowy.

Zamawiający, ustali harmonogram umieszczania artykułu z Wykonawcą, z odpowiednim wyprzedzeniem. Z gazety regionalnej po 3 egzemplarze dowodowe, powinny być dostarczone do siedziby zamawiającego, zgodnie z zapisami punktu 7.1.4.

##### Parametry techniczne:

Skład i druk będzie realizowany z zachowaniem następujących parametrów technicznych:

Kolor pełny 4+4 CMYK

##### Zasady realizacji każdego z artykułów

- a) Do każdego artykułu/strony Zamawiający dostarczy teksty, zdjęcia w formacie jpg lub tiff itp. materiały oraz dane do opracowania wykresów i innych materiałów graficznych.
- b) 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).

- c) 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.
- d) 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).
- e) Proces konsultacji pomiędzy Zamawiającym, a Wykonawcą będzie trwał do momentu pisemnej lub mailowej akceptacji przez Zamawiającego projektu składu strony.
- f) 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, obniżając wynagrodzenie zgodnie z wykazem cen jednostkowych przedstawionych przez Wykonawcę po podpisaniu umowy.

### **7.1.2 Promocja na portalu Facebook (FB)**

Do obowiązków Wykonawcy należy utworzenie (stworzenie grafiki) i promocja 1 wpisu na profilu fanpage administrowanym przez Województwo Opolskie w uzgodnieniu i we współpracy z Zamawiającym. Zamawiający dopuszcza także możliwość wskazania do promowania posta, stworzonego w całości przez Zamawiającego. Wykonawca opracuje i/lub pozyska materiały graficzne (zdjęcia, grafiki, itp.) na potrzeby promocji posta (zgodnych ze standardami portalu FB). W przygotowywanym poscie 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 postów. Zasięg geograficzny: województwo opolskie. Zasięg (tj. liczba osób, które widziały dany post) musi wynieść min. 20 000 dla każdego z promowanych postów. Do obowiązków Wykonawcy należy monitorowanie zasięgu poszczególnych posta i w razie potrzeby optymalizacja kampanii, tak aby zrealizować zakładane wskaźniki w postaci zasięgu, współczynnika zaangażowania.



### 7.1.3 Reklama graficzna na lokalnych portalach internetowych

Do obowiązków Wykonawcy należy opracowanie i zamieszczenie 1 cyklu graficznych reklam internetowych na stronach lokalnych portali internetowych województwa opolskiego wg poniższego zestawienia:

- Powiat brzeski (*GłosPowiatu24, brzeg24.pl*);
- Powiat głubczycki (*Twoje Głubczyce*);
- Powiat kędzierzyńsko-kozielski (*KK24, Tygodnik7dni, TVKK, Lokalna24*);
- Powiat kluczborski (*kulisypowiatu*);
- Powiat krapkowicki (*Nowiny Krapkowickie, tygodnik krapkowicki + Tygodnik Ziemi Opolskiej*);
- Powiat namysłowski (*namysłowanie.pl, namyslow.info*);
- Powiat nyski (*Nysa Info, Nysa Hot*);
- Powiat oleski (*ool24*);
- Powiat opolski (*24opole, Opowiecie.info*);
- Powiat prudnicki (*terazprudnik.pl, prudnik24.pl*);
- Powiat strzelecki (*strzelec.info*);

Zamówienie obejmuje 1 cykl reklam graficznych w formie bannera o minimalnych wymiarach (HalfPage – 300x600px; waga do 60kB). 1 cykl musi być emitowany na każdym z ww. portali w podobnym czasie, w terminie uzgodnionym z Zamawiającym. Każda reklama emitowana będzie przez okres 7 dni kalendarzowych. 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.

W przypadku, gdy z przyczyn niezależnych od Wykonawcy, nie jest możliwe zamieszczenie bannera graficznego w danym portalu (np. z powodu czasowego zawieszenia jego funkcjonowania lub zamknięcia danego portalu, bądź braku możliwości zamieszczenia bannera z innych przyczyn niezależnych od Wykonawcy), zamawiający może wyrazić zgodę na rezygnację z zamieszczania bannera na tym portalu, obniżając wynagrodzenie zgodnie z wykazem cen jednostkowych przedstawionych przez Wykonawcę po podpisaniu umowy.

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

Do 5 dni roboczych od podpisania umowy Wykonawca przekaże Zamawiającemu wykaz cen jednostkowych narzędzi w ramach kampanii, zgodnie z tabelą przekazaną przez Zamawiającego. Rozliczenie nastąpi zgodnie z ww. wykazem cen jednostkowych po dostarczeniu poniższych materiałów:

- a) artykuł sponsorowany, o którym mowa w pkt. 7.1.1 w formacie .pdf oraz w formacie umożliwiającym edycję i nanoszenie zmian wraz z egzemplarzami dowodowymi w ilości 3 szt. gazety ;
- b) Raport z emisji poszczególnych reklam w Internecie wraz z osiągniętymi wskaźnikami zasięgu oraz pliki z gotowymi reklamami internetowymi, o których mowa w pkt. 7.1.2; 7.1.3

Materiały, o których mowa w pkt a-b, muszą zostać przekazane Zamawiającemu przed podpisaniem protokołu zdawczo-odbiorczego. Zamawiający w ciągu pięciu 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 blokowe – tj. za elementy kampanii zrealizowane w danym bloku tematycznym. 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.

#### **7.1.5 Źródła finansowania kampanii oraz oznaczanie materiałów**

Kampania w ramach zadania 7 będzie finansowana ze środków projektu pn. „Wsparcie służb zarządzania kryzysowego w woj. opolskim poprzez zakup środków transportu specjalistycznego z wyposażeniem do przeciwdziałania i usuwania skutków zagrożeń w tym związanych z COVID-19” realizowanego w ramach RPO WO 2014-2020, oraz z budżetu województwa. Zamawiający przekaże 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.

## PODSUMOWANIE Zadania 6

Tab.16 Zestawienie kampanii wraz z doбором narzędzi promocyjnych dla Departamentu Infrastruktury i Gospodarki

lp.	NARZEDZIA PROMOCYJNE	JEDNOSTKA MIARY	DIG
1.	Druk artykułów sponsorowanych w gazecie regionalnej - NTO	1 strona	1
2.	Promocja na portalu Facebook	1 post	1
3.	Promocja w regionalnych portalach internetowych	1 cykl = 1 post w każdym portalu	1

### 9.1 Zadanie 7

#### DEPARTAMENT EDUKACJI I RYNKU PRACY

Departament Edukacji i Rynku Pracy planuje zamówienie 1 bloku tematycznego w ramach kampanii.

Tab. 17 Blok tematyczny Departamentu Edukacji i Rynku Pracy

Skrót bloków kampanii	Tytuł bloku
DEP1	Promocja działań SWO wspierających edukację

#### 8.1.1 Druk różnych artykułów sponsorowanych (reklam tekstowo-graficznych) w 15 gazetach lokalnych.

##### Opis:

Skład i druk różnych artykułów, obejmujących po 1 stronie w każdym tytule (zgodnie z zestawieniem poniżej):

- Powiat brzeski (*Panorama Powiatu Brzeskiego, Gazeta Brzeska, Głos Powiatu*);
- Powiat kędzierzyńsko-kozielski (*Nowa Gazeta Lokalna, Tygodnik Lokalny 7 Dni + bezpłatny partner*);
- Powiat krapkowicki (*Tygodnik Krapkowicki, Nowiny Krapkowickie*);
- Powiat namysłowski (*Namysłowski Kurier Lokalny*);
- Powiat nyski (*Nowiny Nyskie, Mój Przewodnik (Nysa)*);

- Powiat opolski (*Tygodnik Ziemi Opolskiej, Opowiecie info, Tygodnik Prudnicki*);
- Powiat prudnicki (*Prudnik24*);
- Powiat strzelecki (*Strzelec Opolski*).

#### **Termin realizacji:**

Termin realizacji - Od dnia podpisania umowy do dnia wyczerpania przedmiotu umowy, jednak nie dłużej niż **12 miesięcy** od dnia podpisania umowy.

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 siedziby Zamawiającego, zgodnie z zapisami punktu 8.1.3.

#### **Parametry techniczne:**

Skład i druk będzie realizowany z zachowaniem następujących parametrów technicznych:

Kolor pełny 4+4 CMYK

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

- Do każdego artykułu/strony Zamawiający dostarczy teksty, zdjęcia w formacie jpg lub tiff itp., materiały oraz dane do opracowania wykresów i innych materiałów graficznych.
- 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).
- 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.
- 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).
- Proces konsultacji pomiędzy Zamawiającym, a Wykonawcą będzie trwał 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, obniżając wynagrodzenie zgodnie z wykazem cen jednostkowych przedstawionych przez Wykonawcę po podpisaniu umowy.

### **8.1.2 Graficzna reklama na stronach dzienników o zasięgu regionalnym**

Do obowiązków Wykonawcy należy opracowanie graficznej reklamy internetowej.

Zamówienie obejmuje:

- 1 reklamę graficzną w formie pionowego banera (HalfPage 300x600px; waga do 60kB) na portalu [www.nton.pl](http://www.nton.pl)
- 1 reklamę graficzną w formie pionowego banera (HalfPage 300x600px; waga do 60kB) na portalu [www.opole.wyborcza.pl](http://www.opole.wyborcza.pl)

**Termin:** Od dnia podpisania umowy do dnia wyczerpania przedmiotu umowy, jednak nie dłużej niż **12 miesięcy** od dnia podpisania umowy.

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. Każda reklama emitowana będzie przez okres 7 dni kalendarzowych. W przypadku braku możliwości emisji reklam graficznych w formie pionowego banera (HalfPage 300x600px; waga do 60kB) na danym portalu Zamawiający dopuszcza emisję reklamy graficznej w formie banera megaboard (1150x600; waga do 120kB).

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.

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

Do 5 dni roboczych od podpisania umowy Wykonawca przekaże Zamawiającemu wykaz cen jednostkowych narzędzi 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. 8.1.1 w formacie .pdf oraz w formacie umożliwiającym edycję i nanoszenie zmian wraz z egzemplarzami dowodowymi w ilości 3 szt. z każdego tytułu gazety ;
- b) Raport z emisji poszczególnych reklam w Internecie wraz z osiągniętymi wskaźnikami zasięgu oraz pliki z gotowymi reklamami internetowymi, o których mowa w pkt. 8.1.2;

Materiały, o których mowa w pkt a-b, muszą zostać przekazane Zamawiającemu przed podpisaniem protokołu zdawczo-odbiorczego. Zamawiający w ciągu pięciu 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 blokowe – tj. za elementy kampanii zrealizowane w danym bloku tematycznym. 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.

### **8.1.4 Źródła finansowania kampanii oraz oznaczanie materiałów**

Kampania w ramach zadania 7 będzie finansowana z Budżetu Samorządu Województwa Opolskiego. Zamawiający przekaże 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.

## **PODSUMOWANIE Zadania 7**

Tab.18 Zestawienie kampanii wraz z doбором narzędzi promocyjnych dla Departamentu Edukacji i Rynku Pracy

Ip.	NARZEDZIA PROMOCYJNE	JEDNOSTKA MIARY	DEP
1.	Druk artykułów sponsorowanych w 15 gazetach lokalnych	1 cykl = 1 strona w każdym tytule	1
2.	Graficzna reklama internetowa (HalfPage: NTO, GW)	1 cykl = 2 HP	1

## 9. Podsumowanie zadań 1-7

Ip.	NARZEDZIA PROMOCYJNE	JEDNOSTKA MIARY	Komórki organizacyjne UMWO							SUMA
			DRP	DRW	GM	DOŚ	DIG	DEP	BDO	
1.	Druk artykułów sponsorowanych w 15 gazetach lokalnych	1 cykl = 1 strona w każdym tytule	1	-	2	3	-	1	4	10
2.	Druk artykułów sponsorowanych w gazecie regionalnej - NTO	1 strona	3	3	-	2	1	-	6	15
3.	Graficzna reklama internetowa (HalfPage: NTO, GW)	1 cykl = 2 HP	2	2	-	1	-	1	1	7
4.	Elastyczne reklamy displayowe w sieci reklamowej Google AdWords	1 milion wyświetleń	1	-	2	-	-	-	-	3
5.	Promocja na portalu Facebook	1 post	3	5	2	5	1	-	1	17
6.	Tematyczne audycje radiowe 1-minutowe	3x1 audycja w każdej stacji	1	-	2	1	-	-	1	5
7.	Promocja w regionalnych portalach internetowych	1 cykl = 1 post w każdym portalu	-	-	2	1	1	-	3	7

## 10. Ustalenia końcowe, dotyczące zadań 1-7

### Wymagania w odniesieniu do ogłoszeń prasowych:

- Wyróżnienia** - jeśli chcemy wyróżnić pewną część treści nie należy stosować w tym celu jedynie koloru. Należy zastosować dodatkowy sposób wyróżnienia np. **zmienić rozmiar czcionki lub ją pogrubić**.
- Akapity** - należy pamiętać, że treść podzielona na akapity jest łatwiejsza do odbioru niż bloki tekstu. Akapit stanowi pewną zamkniętą semantyczną i logiczną część wypowiedzi.

Każdy akapit powinien być wyraźnie oddzielony od pozostałych akapitów lub nagłówków. Po wklejeniu zawartości tekstowej do edytora sprawdź czy nie ma zbędnych pustych akapitów w treści, a szczególnie pod tekstem.

3. **Interlinia** - zaleca się, żeby interlinia wynosiła 150% (1,5 wiersza) wielkości czcionki.
4. **Czcionka** - stosuj czcionki o kroju pozbawionym ozdobników tzw. bezszeryfowe (np. Arial, Calibri, Tahoma), rozmiar czcionki – czytelny dla osób niedowidzących.

### **Zmiany dotyczące mediaplanów oraz harmonogramów emisji**

1. Tytuły bloków kampanijnych, mediaplanu oraz harmonogramy emisji mogą ulec zmianie w trakcie trwania kampanii.  
Każdorazowa zmiana tytułu bloku, mediaplanu i harmonogramu wymaga akceptacji Zamawiającego, lecz nie wymaga aneksowania umowy.
2. 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.
3. W celu omawiania i przekazywania uwag każdy z Zamawiających zastrzega sobie możliwość organizowania maks. 2 spotkań z Wykonawcą w siedzibie Zamawiającego, a Wykonawca ma obowiązek stawiania się na każde spotkanie na swój koszt.
4. W celu sprawnej realizacji zamówienia Wykonawca wyznaczy dla każdej części zamówienia koordynatora, tj. osobę odpowiedzialną za kontakty z Zamawiającymi i realizację zadania po stronie Wykonawcy.

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

1. Zamawiający wymaga, aby czynności opracowania graficznego (w związku z realizacją zadań opisanych w pkt 2.1.1, 2.1.2, 2.1.3, 2.1.4, 3.1.1, 3.1.2, 4.1.1., 4.1.2., 5.1.1.,5.1.2., 5.1.3., 6.1.1., 6.1.2., 7.1.1., 8.1.1., 8.1.2 oraz koordynacji realizacji niniejszego zamówienia były wykonywane przez osoby zatrudnione przez Wykonawcę na podstawie umowy o pracę.  
Sposób dokumentowania ww. czynności, kontrola, sankcje (kary umowne), itp. wymagania zostały określone w umowie.



### **Słowniczek terminów ujętych w OPZ:**

1. Half Page – reklama graficzna w formie pionowego banera o wymiarach 300x600px; waga do 60kB)
2. Megaboard – reklama graficzna w formie banera o wymiarach 1150x600px; waga do 120kB).
3. Reklamy displayowe – graficzna reklama w formie banera wyświetlana w internecie, która zawiera elementy wizualne oraz tekstowe zachęcające do dalszego działania czyli kliknięcia i przekierowania do szczegółowych informacji związanych z danym tematem.
4. Targetowanie – działanie polegające na selekcji danej grupy odbiorców reklamy w celu optymalizacji doboru przekazywanych treści do konkretnej grupy docelowej
5. Billboard – jest to nośnik reklamowy w postaci różnego rodzaju rusztowań na reklamę, które stawiane są zazwyczaj przy drogach lub ważnych punktach komunikacyjnych. Tablice bądź plakaty umieszczone na w/w rusztowaniach charakteryzują się dużym formatem.
6. Outdoor – reklama zewnętrzna mająca za zadanie dotarcie do konsumenta poza jego miejscem zamieszkania.
7. Portal FB – Facebook - serwis społecznościowy w ramach którego zarejestrowani użytkownicy mogą tworzyć sieci i grupy, dzielić się wiadomościami i zdjęciami.
8. Fanpage – jest to profil firmowy na portalu Facebook, który przeznaczony dla firm, marek oraz osób publicznych.
9. Post – informacja / wiadomość / wypowiedź napisana w danym temacie, którą można utworzyć na portalu FB
10. Narzędzia reklamowe FB – metoda / sposób realizacji reklamy na portalu Facebook
11. Capping – wyrażona w cyfrach liczba wyświetleń danej reklamy internetowej jednemu użytkownikowi jednego urządzenia
12. Backlit – jednostronnie zadrukowany biały materiał, który może być podświetlany.
13. Mediaplan – jest to spis wszystkich mediów, które wykorzystane zostaną w danej kampanii reklamowej.
14. Citylight – jest formą reklamy zewnętrznej charakteryzującą się niewielkimi rozmiarami oraz podświetleniem. Umieszczane są najczęściej w miastach, w miejscach o dużym natężeniu ruchu.
15. Prime-time – tu: określenie dotyczące czasu największej słuchalności danej radiostacji.

## Informacja dodatkowa:



Rzeczpospolita  
Polska



Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Rozwoju Regionalnego



Projekt pn.: „**Wsparcie służb zarządzania kryzysowego w woj. opolskim poprzez zakup środków transportu specjalistycznego z wyposażeniem do przeciwdziałania i usuwania skutków zagrożeń w tym związanych z COVID-19**” realizowany w ramach działania 4.2 System wczesnego reagowania i ratownictwa RPO WO 2014-2020. Decyzja o dofinansowaniu nr RPOP.04.02.00-16-0001/21-00



Rzeczpospolita  
Polska



Unia Europejska  
Europejski Fundusz Społeczny



Projekt pn.: „**Wsparcie kształcenia ustawicznego w ramach Europejskiego Budżetu Obywatelskiego**” współfinansowany jest przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego oraz środków budżetu województwa opolskiego w ramach projektu nr RPOP.09.04.00-IZ.00-16-001/20



Projekt pn. „Wdrożenie systemu zarządzania jakością powietrza w samorządach województwa opolskiego” LIFE\_AQP\_OPOLSKIE\_2019.PL - LIFE19 GIE/PL/000398 jest finansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu LIFE i współfinansowany przez Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej