



KP.I.272.72.3.2 .2018

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

Przedmiotem planowanego zamówienia jest usługa przygotowania materiałów niezbędnych do przeprowadzenia kampanii promującej walory turystyczne Województwa Warmińsko-Mazurskiego na rynku międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem Europy Wschodniej.

W ramach przygotowania materiałów do przeprowadzenia kampanii Zamawiający przewiduje następujące zadania:

L.p.	Działania	Opis szczegółowy
1	Opracowanie i zredagowanie treści i szaty graficznej reklamy promującej walory turystyczne województwa warmińsko-mazurskiego do zamieszczenia w kolorowym czasopiśmie o wymiarach 205x265 mm w formie całostroniowej reklamy .	<p>Format plików: wersja edytowalna/otwarta oraz pliki PDF w wersji 1.3</p> <p>Wymagania techniczne:</p> <ol style="list-style-type: none">1) materiał powinien posiadać spady po 5 mm z każdej strony (nie dotyczy modułów wewnątrz strony);2) posiadać znaczniki cięcia, jednoznacznie pozycjonujące grafikę na stronie (offset 5 mm);3) wszystkie fonty powinny zostać zamienione na krzywe (ewentualnie fonty powinny być połączone w pliku);4) wszystkie elementy rastrowe i wektorowe powinny być zapisane w przestrzeni barwnej CMYK;5) wszystkie elementy grafiki powinny być zapisane w rozdzielczości minimum 300 dpi;6) istotne elementy reklamy (teksty, loga) powinny być oddalone o minimum 5 mm od linii cięcia, w przypadku oprawy klejonej – o 10 mm od grzbietu (nie dotyczy modułów);7) w celu uzyskania "głębokiej czerni" przy większych elementach (aple) sugeruje się podbicie koloru czarnego (C=60%, M=60%, Y=60%, K=100%);8) minimalna wielkość tekstu w kontrze to 6 pkt.;9) rozkładówka w tytułach w oprawie klejonej powinna posiadać 6 mm zdublowania (rozsunięcia) obrazu na środku;10) strony rozkładówki powinny być przygotowane w dwóch osobnych plikach. <p>Plik nie powinien:</p> <ol style="list-style-type: none">1) zawierać dodatkowych kolorów (Pantone itp.), chyba że zostało to uzgodnione z Zamawiającym;2) profile ICC nie mogą być zawarte w pliku ani żadnych elementach wewnątrz pliku;3) całkowita suma farb (TIL) nie może być wyższa niż maksymalna suma farb dla danego tytułu;4) zawierać odwołań do serwera OPI. <p>Proof:</p> <ol style="list-style-type: none">1) powinien być wykonany z pliku przesłanego do Zamawiającego i z użyciem odpowiedniego profilu kolorystycznego;2) powinien zawierać pasek kontrolny Ugra/Fogra v2.0a lub v2.2a (do sprawdzenia zgodności wydruku z profilem);3) powinien być zcertyfikowany (granice tolerancji delty Cielab: kolory pierwszorzędowe dE<3.5, średnia dE<4, max dE<6); <p>Reklama w magazynie pokładowym „Kaleidoscope”. Nie ma ograniczeń co do rodzaju i rozmiaru czcionki. Tekst powinien być czytelny. Liczba znaków na reklamie – nie powinno być więcej niż 10-15% całego projektu.</p>
2	Opracowanie i zredagowanie treści do artykułu sponsorowanego promującego walory turystyczne województwa warmińsko-mazurskiego do	<p>Format plików: wersja edytowalna/otwarta oraz pliki PDF w wersji 1.3</p>

	zamieszczenia w kolorowym czasopiśmie o wymiarach 205x265 mm w formie sześciostronicowej reklamy w wersji papierowej oraz elektronicznej.										
3	Opracowanie treści i szaty graficznej reklamy promującej walory turystyczne województwa warmińsko-mazurskiego w formie banneru reklamowego .	<p>Forma banneru reklamowego powinna mieć wielkość nie mniejszą niż 5 cm²</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>width x height</th> <th>max file size</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>leaderboard</td> <td>728 x 90 pixels</td> <td>200 K GIF/JPEG</td> </tr> <tr> <td>on click link</td> <td colspan="2">URL (website where the user will be redirected after clicking on the image, if applicable)</td> </tr> </tbody> </table> <p>Reklama powinna zawierać zdjęcie w tle oraz krótkie hasło. Zdjęcie powinno mieć min. 300 dpi rozdzielczości, 10 cm w podstawie i powinno być w ułożeniu prostokątnym, horyzontalnym (nie kwadratowym). Przykład boarding pass, na którym znajduje się banner w załączeniu (zał. nr 3).</p>		width x height	max file size	leaderboard	728 x 90 pixels	200 K GIF/JPEG	on click link	URL (website where the user will be redirected after clicking on the image, if applicable)	
	width x height	max file size									
leaderboard	728 x 90 pixels	200 K GIF/JPEG									
on click link	URL (website where the user will be redirected after clicking on the image, if applicable)										
4	Utworzenie boxu graficznego w polskiej oraz ukraińskiej wersji językowej, w postaci statycznego banneru reklamującego walory turystyczne województwa warmińsko-mazurskiego o wymiarach 296x206px.	<p>Zdjęcie o wymiarach 296x206 px Format: jpg Rozdzielczość 72 dpi Krótki opis: tytuł max. 28 znaków ze spacjami + opis max 75 znaków ze spacjami w języku polskim i ukraińskim Przykładowy box graficzny w załączeniu (zał. nr 4)</p>									
5	Produkcja spotu reklamowego o długości 15 sekund promującego walory turystyczne województwa warmińsko-mazurskiego. Spot video z lektorem na podkładzie muzycznym, angielskie napisy.	<p>Specyfikacja plików cyfrowych: Preferowany format: Apple Pro Res 422 lub HQ 1920 x 1080 / 1280 x 720 Progresywne 720 x 486 720 x 480 (NTSC) 720 x 576 (PAL) Przelicznik ramki (frame rates) 23.98 lub 29.97 Proszę dodać 1 sekundę czarnego ekranu czołówki i końca Bez przerw reklamowych</p> <p>Format AUDIO PCM, 24 bit, 48K WAV AIFF AAC Poziomy audio do -6db</p> <p>Inne akceptowane formaty plików – przeliczniki ramek (frame rates) takie same jak powyżej H264 i MP4 (minimum 15Mbps) DV 25 DVC Pro DVC Pro 50 MPG2 MPG4 AVI XDCAM DNX-HD .MOV .MXF .AVI .MP4 .MPG</p> <p>Napisy i Grafika Wszystkie napisy i grafika muszą być wyraźne i muszą znajdować się w strefie wyznaczonej – 10% w kierunku Centrum od każdej krawędzi ramki. Minimalny rozmiar czcionki napisów to 36 z cieniem. Maksymalnie 2 linie napisów. Napisy nie powinny nachodzić na grafikę ani logo na obrazie. Spot video z lektorem – głos damski lub męski, podkład muzyczny, angielskie napisy.</p>									

6	Opracowanie i zredagowanie treści komunikatu o długości co najmniej 15 sekund promującego walory turystyczne województwa warmińsko-mazurskiego.	Format plików: wersja edytowalna/otwarta oraz pliki PDF w wersji 1.3 Opracowanie tekstu promocyjnego o długości co najmniej 15 sek., tekst: max 370 znaków ze spacjami, zapowiedzi pokładowe będą czytane przez załogę podczas rejsu. Przykładowy tekst w załączeniu (zał. nr 5).
7	Opracowanie i zredagowanie treści do publikacji w różnych mediach społecznościowych nt. walorów turystycznych województwa warmińsko-mazurskiego.	Format plików: wersja edytowalna/otwarta oraz pliki PDF w wersji 1.3 Zdjęcie: format jpg lub png, rozdzielczość min 300 dpi, 10 cm w podstawie, układ prostokątny Copy: tekst max. 170 znaków ze spacjami Dodatkowo (opcjonalnie): logotypy, hashtagi, oznaczenia Przykład publikacji w załączeniu (zał. nr 6).
8	Opracowanie treści emaili nt. promocji walorów turystycznych województwa warmińsko-mazurskiego w celu wykonania mailingu do subskrybentów z bazy przewoźników lotniczych.	1. Kreacja: 620x240 px format jpg, max waga banera: 40 kB 2. Tytuł reklamy: max 40 znaków ze spacjami 3. Copy pod reklamą: max 200 znaków ze spacjami 4. Adres url do wpięcia w reklamę (+tagowanie) Przykład mailingu w załączeniu (zał. nr 7).

Prośba o podanie i zapoznanie się z dodatkowymi informacjami, istotnymi z punktu prawidłowej realizacji planowanego przedmiotu zamówienia:

- Termin wykonania i dostawy planowanego przedmiotu zamówienia przez Wykonawcę. Należy podać maksymalną liczbę dni roboczych potrzebnych Wykonawcy na wykonanie i dostarczenie przedmiotu zamówienia do Zamawiającego.
- Zamawiający zastrzega sobie prawo do wnoszenia uwag i zmian do dostarczonych przez Wykonawcę materiałów a Wykonawca zobowiązany jest do ich uwzględnienia.
- Z chwilą zapłaty Wykonawca przeniesie na rzecz Zamawiającego prawa autorskie, majątkowe i pokrewne do wytworzonych dzieł, czego koszt uwzględni w złożonej cenie ofertowej.
- Opracowania graficzne muszą być zgodne z Księgą Identyfikacji Wizualnej dostępną na stronie:

<http://warmia.mazury.pl/turystyka-i-promocja/promocja-regionu/system-identyfikacji-wizualnej>.

UWAGA:

Niniejsze zapytanie nie stanowi oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu Cywilnego, jak również nie jest ogłoszeniem ani zapytaniem o cenę w rozumieniu ustawy Prawo Zamówień Publicznych. Informacja ta ma na celu wyłącznie rozpoznanie rynku i uzyskanie wiedzy na temat kosztów zrealizowania opisanego planowanego zamówienia.