



### Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest promocja Województwa Warmińsko-Mazurskiego na rynku krajowym.

Promocja Województwa Warmińsko-Mazurskiego na rynku krajowym musi się odbywać w oparciu o Przewoźnika lotniczego przewożącego minimum 8 mln. pasażerów rocznie, wykonującego operacje na trasach lotniczych w Polsce, z Polski za granicę oraz z zagranicy do Polski. Zamawiający wymaga aby wszystkie elementy kampanii realizowane były w oparciu o tego samego Przewoźnika.

Celem Zamawiającego jest zwiększenie wiedzy potencjalnych turystów na temat regionu, jego walorów turystycznych i inwestycyjnych, w tym wiedzy na temat dostępności komunikacyjnej regionu w tym komunikacji lotniczej, w związku z czym Zamawiający wymaga aby elementy kampanii wykonywane przy wykorzystaniu samolotów pasażerskich realizowane były na/w samolotach wykonujących między innymi regularne operacje na trasach lotniczych z lub do regionalnego Portu Lotniczego w Szymanach k/Szczytna.

Termin wykonania zamówienia: 27 miesięcy zaczynając od pierwszego roboczego dnia miesiąca następującego po miesiącu, w którym zawarto umowę, przy czym kampania będzie realizowana w okresie 24 miesięcy.

1. Promocja Województwa Warmińsko-Mazurskiego obejmować będzie:

1) Umieszczenie reklamy województwa na kadłubie ([www.mazury.travel](http://www.mazury.travel)) i stateczniku pionowym na ogonie (logo) co najmniej jednego samolotu pasażerskiego przewoźnika lotniczego w formie malowania lub naklejek o łącznej powierzchni minimum 52m<sup>2</sup>. Zamawiający wymaga aby reklama umieszczona była na samolocie/samolotach przystosowanym/ch do przewozu jednorazowo co najmniej 70 pasażerów i realizującym/ch operacje na trasach lotniczych w Polsce, z Polski za granicę oraz z zagranicy do Polski. Zamawiający wymaga aby reklama umieszczona była na samolocie/samolotach przez cały okres trwania kampanii (24 miesiące) i aby łączna liczba przewożonych przy użyciu tego samolotu/samolotów pasażerów nie była niższa niż 100 000 osób w każdym z 12 m-cy trwania kampanii. Materiały graficzne niezbędne do zaprojektowania i wykonania reklamy Zamawiający przekaże Wykonawcy co najmniej 30 dni kalendarzowych przed określonym w uzgodnionym harmonogramie terminem rozpoczęcia ekspozycji reklamy. Wykonawca zobowiązany jest do naprawy reklamy na własny koszt w razie jej uszkodzenia w toku realizacji kampanii.

1.a) Wykonawca w celu umieszczenia reklamy (dwukrotnie w czasie trwania umowy) zleci produkcję reklamy, raz przed rozpoczęciem kampanii i drugi raz po pierwszych 12 miesiącach trwania kampanii.

2) Zamieszczenie jednostronicowej reklamy województwa warmińsko-mazurskiego w magazynie pokładowym Przewoźnika dystrybuowanym bezpłatnie w wersji papierowej na pokładach minimum 5 samolotów realizujących połączenia na trasach lotniczych w Polsce, z Polski za granicę oraz z zagranicy do Polski oraz w elektronicznej wersji magazynu. "Magazyn pokładowy" oznacza kolorowe czasopismo pokładowe Przewoźnika, ukazujące się co najmniej raz na miesiąc, w nakładzie nie mniejszym niż 30 tysięcy egzemplarzy miesięcznie. W okresie realizacji kampanii reklama zostanie zamieszczona w co najmniej 6 numerach magazynu pokładowego w ciągu pierwszych 12 miesięcy trwania kampanii i w 8 numerach magazynu w ciągu kolejnych 12 miesięcy trwania kampanii. Materiały do przygotowania reklamy Zamawiający dostarczy Wykonawcy nie później niż w terminie 20 dni kalendarzowych przed

określonym w uzgodnionym harmonogramie, o którym mowa w ust. 2, planowanym terminem publikacji. Na ich podstawie Wykonawca opracuje projekt reklamy i przekaże do akceptacji Zamawiającego.

3) Emisja spotu reklamowego długości 15 sekund w Systemie Rozrywki Pokładowej Przewoźnika na co najmniej 2000 monitorów o zasięgu dotarcia do 60 000 pasażerów średnio miesięcznie. Zamawiający wymaga aby spot emitowany był 5 razy w ciągu pierwszych 12 miesięcy trwania kampanii i 4 razy w ciągu kolejnych 12 miesięcy trwania kampanii, przy czym każdorazowa emisja rozumiana jest jako minimum 30 dniowy okres wyświetlania spotu. Zamawiający przekaże spot Wykonawcy na co najmniej 14 dni kalendarzowych przed określonym w uzgodnionym harmonogramie terminem pierwszej emisji.

4) Branding Zamawiającego w salonie biznesowym (strefa VIP, business lounge) Przewoźnika na lotnisku obsługującym co najmniej 10 000 000 pasażerów rocznie, obejmujący emisję spotu reklamowego długości 60 sekund na ekranie LED. Zamawiający wymaga aby spot reklamowy emitowany był dwukrotnie w okresie trwania kampanii, pierwszy raz w pierwszych 12 miesiącach trwania kampanii, drugi raz w okresie kolejnych 12 miesięcy trwania kampanii i aby każda z emisji nie była krótsza niż 30 dni. Zamawiający przekaże spot Wykonawcy na co najmniej 14 dni kalendarzowych przed określonym w uzgodnionym harmonogramie terminem pierwszej emisji.

5) Baner reklamowy województwa warmińsko-mazurskiego na tzw. „karuzeli” na stronie głównej Przewoźnika, przekierowujący na stronę Zamawiającego [www.mazury.travel](http://www.mazury.travel). Zamawiający wymaga aby baner emitowany był dwukrotnie w okresie trwania kampanii, pierwszy raz w pierwszych 12 miesiącach trwania kampanii, drugi raz w okresie kolejnych 12 miesięcy trwania kampanii, aby okres każdej z dwóch emisji nie był krótszy niż 30 dni i aby minimalna liczba wyświetleń strony głównej Przewoźnika w czasie realizacji elementu nie była niższa niż 30 milionów rocznie. Materiały do przygotowania reklamy Zamawiający dostarczy Wykonawcy nie później niż w terminie 20 dni kalendarzowych przed określonym w uzgodnionym harmonogramie, o którym mowa w ust. 2, planowanym terminem publikacji. Na ich podstawie Wykonawca opracuje projekt reklamy i przekaże do akceptacji Zamawiającego.

2. Wykonawca w ciągu 14 dni kalendarzowych od zawarcia umowy przedłoży Zamawiającemu propozycję harmonogramu realizacji elementów promocji opisanych w ust. 1, z uwzględnieniem ilości zadeklarowanych w ofercie dodatkowych 30 dniowych emisji spotu reklamowego długości 60 sekund na ekranie LED w salonie biznesowym przewoźnika na lotnisku obsługującym co najmniej 10 000 000 pasażerów rocznie. Powyższy harmonogram powinien przewidywać realizację objętych umową świadczeń promocyjnych proporcjonalnie rozłożoną w całym okresie trwania kampanii promocyjnej.