



## SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Dotyczy usługi przygotowania i publikacji w magazynie lifestylowym materiałów promujących region Warmii i Mazur.

### I. WYMAGANIA DOTYCZĄCE MAGAZYNU

Publikacja materiałów reklamowych tekstowo-graficznych w magazynie:

- 1) bezpłatnym, o tematyce lifestylowej, wydawanym w nakładzie nie mniejszym niż 5 000 egzemplarzy;
- 2) skierowanym do szerokiego grona odbiorców, w tym przedsiębiorców, przedstawicieli wolnych zawodów, konsumentów, osób w różnym wieku i wszelkich płci;
- 3) wydawanym i ukazującym się na terenie województwa warmińsko-mazurskiego regularnie co miesiąc/ co dwa miesiące/co trzy miesiące, nieprzerwanie od co najmniej 3 lat w wersji drukowanej;
- 4) wersja drukowana magazynu musi być wydana na papierze kredowym o gramaturze nie mniejszej niż 115 g a okładka o gramaturze nie mniejszej 200 g;
- 5) Magazyn musi posiadać stronę www poświęconą tematyce magazynu i możliwość zamieszczenia wersji elektronicznej magazynu na jej łamach;
- 6) Magazyn musi posiadać profil poświęcony magazynowi na co najmniej w jednym medium społecznościowym (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram etc.) i mieć możliwość publikacji treści.

### ETAP I

### II. WYMAGANIA DOTYCZĄCE PRZYGOTOWANIA MATERIAŁÓW DO PUBLIKACJI

Wykonawca zobowiązany będzie do przygotowania redakcyjnego i publikacji materiałów tekstowo-graficznych, m.in. promocyjnych, dotyczących działań, wydarzeń, przedsięwzięć i projektów realizowanych/organizowanych wewnątrz regionu, w tym przez Samorząd Województwa Warmińsko-Mazurskiego, zgodnie z poniższymi wymaganiami:

- 1) publikacja materiałów w jednym z papierowych wydań magazynu, które musi zostać wydane i rozdystrybuowane w okresie czerwiec – sierpień 2024 r. w nakładzie nie mniejszym niż 5 000 egzemplarzy.
- 2) przygotowanie redakcyjne różnych materiałów (nie mniej niż 10) promocyjnych, poświęconych województwu warmińsko-mazurskiemu – zawierających tekst i grafikę/zdjęcia, o łącznej powierzchni co najmniej 40 stron;
- 3) materiał tekstowy będzie stanowił co najmniej połowę z zamawianej min. 40 stronicowej powierzchni publikacji;
- 4) celem publikacji jest zwiększanie świadomości marki regionu, pracowanie na rzecz jej rozpoznawalności, a także budowanie zaufania do niej. Publikowany materiał musi zostać skonstruowany w oparciu o „język korzyści”. Publikacje muszą utrzymywać wizerunek województwa warmińsko-mazurskiego, jako regionu o wysokiej jakości życia, z gospodarką działającą w harmonii ze środowiskiem naturalnym i społeczeństwem, zdrową żywnością oraz ekologicznym rolnictwem. Ponadto mają stanowić element budowy tożsamości

regionalnej i nawiązywać do zaktualizowanej strategii marki województwa warmińsko-mazurskiego dostępnej na stronie <https://warmia.mazury.pl/turystyka-i-promocja/promocja-regionu/strategia-marki-wojewodztwa>;

- 5) tematyka materiałów ma przedstawiać województwo warmińsko-mazurskie przez pryzmat jego mieszkańców, posiadających #genWarmiiiMazur, rodowitych Warmiaków i Mazurów oraz tych z wyboru, którzy tu pracują, żyją, inwestują lub spędzają wolny czas. Materiał ma zostać skonstruowany w oparciu o „język korzyści”. Bohaterami powinni być wyjątkowi ludzie z Warmii i Mazur, mieszkańcy regionu w różnym wieku, którzy tu zdobywali wykształcenie lub wracają po latach, prowadzą z sukcesem innowacyjne przedsiębiorstwa, nie boją się wyzwań, wyróżniają się energią, kreatywnością w Polsce i na świecie. Region Warmii i Mazur jest dla nich inspiracją i atutem. Przy realizacji wydania należy uwzględnić również udział przedstawicieli branż należących do inteligentnych specjalizacji regionu tj. branży drzewnej i meblarskiej, ekonomii wody, żywności wysokiej jakości oraz zdrowego życia, a także innych dziedzin – po uzgodnieniu z Zamawiającym. Materiały mają utrwalać wizerunek Województwa Warmińsko-Mazurskiego, jako regionu o wysokiej jakości życia, z gospodarką działającą w harmonii ze środowiskiem naturalnym i społeczeństwem, zdrową żywnością, ekologicznym rolnictwem i zdrowym życiem;
- 6) tematyka publikowanych materiałów musi nawiązywać do zaktualizowanej „Strategii rozwoju społeczno-gospodarczego województwa warmińsko-mazurskiego do roku 2025”, dostępnej na stronie <https://strategia2030.warmia.mazury.pl/strategia-2030/>;
- 7) publikacje powinny stanowić opowieść, która snuje się przez poszczególne strony wydania i spinać się w logiczną całość;
- 8) każdy tekst zostanie opatrzony #genWarmiiiMazur, który znajdzie się także na okładce magazynu;
- 9) Wykonawca zaprojektuje i zredaguje, a następnie przedstawi do akceptacji Zamawiającego materiały, po uzyskaniu akceptacji opublikuje je;
- 10) Zamawiający ma prawo wnosić uwagi lub sugestie zmian do treści i grafiki materiałów przygotowanych przez Wykonawcę;
- 11) Wykonawca ma obowiązek uwzględnić wniesione przez Zamawiającego uwagi lub sugestie zmian aż do uzyskania ostatecznej akceptacji, w ramach wynagrodzenia określonego w ofercie.

## ETAP II

### III. WYMAGANIA DOTYCZĄCE SIECI DYSTRYBUCJI

1. Dystrybucja papierowego wydania magazynu między innymi do: hoteli, pensjonatów, restauracji, centrów rozrywki, SPA, kawiarni, klubów muzycznych, wiodących gabinetów i salonów urody, modnych miejsc spotkań, salonów samochodowych etc. Planując/konstruując szczegółową sieć dystrybucji szczególny nacisk należy położyć na to, aby magazyn dotarł do ludzi ceniących sobie styl, ciekawie spędzać czas, przedsiębiorczych, ambitnych i kreatywnych, podróżujących, szukających inspiracji do działania, lubiących poznawać nowe miejsca. Przy wyborze miejsc dystrybucji Wykonawca będzie kierował się takimi kryteriami jak:
  - 1) popularność miejsca (np. na podstawie najbardziej popularnych portali turystycznych oraz wyszukiwarek miejsc);

- 2) wysoka ocena miejsca (średnia ocena powyżej dobrej w zależności od skali na podstawie najbardziej popularnych portali turystycznych oraz wyszukiwarek miejsc);
  - 3) zróżnicowanie miejsc w ramach kategorii (np. w kategorii hotele wybrane zostaną zarówno obiekty klasy premium jak i obiekty rodzinne, pensjonaty etc.);
  - 4) możliwość ekspozycji – wybierane będą tylko takie miejsca, w których istnieje przestrzeń do ekspozycji magazynu, a goście/klienci mają swobodę i czas zanurzyć się w lekturze.
2. Dystrybucja magazynu zrealizowana będzie w następujący sposób:
- 1) dostarczenie magazynu do minimum 350 punktów na terenie województwa warmińsko-mazurskiego;
  - 2) dodatkowo dostarczenie magazynu do co najmniej 9 aglomeracji miejskich w tym: Warszawa, Trójmiasto, Białystok, Toruń, Kraków, Wrocław, Rzeszów, Poznań, Katowice w ilości co najmniej 450 dodatkowych punktów dystrybucji;
  - 3) dystrybucja w halach przylotów/odlotów na co najmniej 4 lotniskach w kraju;
  - 4) dostarczenie Zamawiającemu do jego siedziby tj. Departamentu Koordynacji Promocji przy ul. Głowackiego 17 w Olsztynie – 20 egzemplarzy magazynu z zamówionymi publikacjami.

#### IV. WYMAGANIA DOTYCZĄCE DODATKOWEJ PROMOCJI

1. Wydanie magazynu, w którym opublikowane zostaną materiały o Zamawiającym, musi być nieodpłatnie udostępnione w formie wydania elektronicznego na stronie internetowej magazynu. Co najmniej połowa z przygotowanych publikacji musi zostać „zajawiona” w co najmniej jednym medium społecznościowym magazynu, w okresie czerwiec – sierpień 2024 r.
2. Co najmniej trzy wybrane przez Zamawiającego materiały **zostaną zamieszczone w formie podcastów** na cyfrowej platformie, która umożliwia darmowy dostęp do zamieszczonej na niej treści.