



Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

Informacje wstępne

„Produkt Warmia Mazury” to inicjatywa realizowana przez Samorząd Województwa Warmińsko-Mazurskiego od 2014 roku, w ramach której wyłaniane są produkty, usługi i wydarzenia stanowiące, w ocenie komisji, wizytówkę Warmii i Mazur. W ten sposób wyróżniani są przedsiębiorcy z regionu, którzy w codziennej pracy inspirowani są rozwojem przedsiębiorstwa, promocją postaw inwestycyjnych, wymianą doświadczeń czy zwiększeniem konkurencyjności lokalnych przedsiębiorstw, a których produkty, usługi lub wydarzenia wpisują się w bogactwo kulturowe, społeczne, historyczne i przyrodnicze regionu.

Przedmiot zamówienia: Przedmiotem zamówienia jest usługa promocyjna związana z realizacją kampanii „Produkt Warmia Mazury”, która obejmować będzie działania promocyjne w prasie, radiu, internecie oraz zorganizowanie X Gali Produkt Warmia Mazury.

Termin realizacji: od dnia zawarcia umowy do dnia 31 października 2018 r.

1. Cele kampanii promocyjnej:

- 1) kreowanie wśród mieszkańców regionu postaw konsumenckich nastawionych na zakup regionalnych produktów oraz usług, a także udział w wydarzeniach na Warmii i Mazurach;
- 2) promowanie podmiotów, które otrzymały certyfikat Produkt Warmia Mazury;
- 3) promowanie znaku Produkt Warmia Mazury.

2. Główne hasła kampanii:

1) **Hasło skierowane do mieszkańców Warmii i Mazur:**

Wykonawca zaproponuje Zamawiającemu 1 główne hasło kampanii skierowane do mieszkańców Warmii i Mazur, które będzie oceniane w kryterium oceny ofert – Kreacja. Ponadto Wykonawca po zawarciu umowy przestawi Zamawiającemu drugie hasło kampanii skierowane do mieszkańców Warmii i Mazur. Oba hasła, po zatwierdzeniu przez Zamawiającego, zostaną wykorzystane w kampanii promocyjnej.

Cel komunikatu: wywołanie w mieszkańcach poczucia przynależności do regionu Warmii i Mazur, uświadomienie im, że podejmując decyzję o zakupie lokalnych produktów, usług czy o udziale w wydarzeniach, wspierają regionalną gospodarkę.

2) **Hasło skierowane do przedsiębiorców z Warmii i Mazur:**

Wykonawca zaproponuje Zamawiającemu 1 główne hasło kampanii skierowane do przedsiębiorców z Warmii i Mazur, które będzie oceniane w kryterium oceny ofert – Kreacja. Ponadto Wykonawca po zawarciu umowy przestawi Zamawiającemu drugie hasło kampanii skierowane do przedsiębiorców z Warmii i Mazur. Oba hasła,

po zatwierdzeniu przez Zamawiającego, zostaną wykorzystane w kampanii promocyjnej.

Cel komunikatu:

- pozyskanie nowych podmiotów do projektu;
- wskazanie na korzyści z uczestnictwa w projekcie m.in. udział w kampanii promocyjnej, dołączenie do grona podmiotów wyróżnionych certyfikatem Produkt Warmia Mazury;
- promowanie marki Produkt Warmia Mazury.

3. Charakter kampanii promocyjnej

- ✓ Zrozumiały,
- ✓ Unikalny,
- ✓ Innowacyjny,
- ✓ Wzbudzający wśród przedsiębiorców potrzebę posiadania znaku Produkt Warmia Mazury,
- ✓ Zachęcający odbiorców do zakupu produktów regionalnych.

4. Charakterystyka przedsiębiorców z Warmii i Mazur

Pożądanymi beneficjentami projektu są regionalni przedsiębiorcy wytwarzający produkty, świadczący usługi oraz organizujący wydarzenia, znacząco wyróżniający się na tle konkurencji pod względem cech danego produktu/usługi/wydarzenia. Powinny to być produkty/usługi/wydarzenia o charakterze nowatorskim, niepowtarzalnym, wyróżniające Warmię i Mazury na tle innych regionów Polski, obecne na rynku minimum 2 lata.

5. Zasięg kampanii promocyjnej

Kampania promocyjna realizowana będzie w województwie warmińsko-mazurskim. Nie dopuszcza się prowadzenia kampanii promocyjnej na terenie całego kraju (chyba, że zasięg działań w danym medium będzie jednocześnie – oprócz województwa warmińsko-mazurskiego – obejmował też inne województwo lub jego część).

Szczegółowe zadania Wykonawcy:

1. **Wykonawca, maksymalnie 7 dni po podpisaniu umowy, przygotuje i przekaze Zamawiającemu do akceptacji media plan, który będzie obejmował całą kampanię promocyjną.**
2. **Publikacje w bezpłatnej i płatnej prasie obejmującej swoim zasięgiem województwo warmińsko-mazurskie – publikacje w pełnym kolorze.**
 - 1) 2 różne artykuły sponsorowane w miesięczniku/dwumiesięczniku lifestyle'owym. 1 strona/wydanie, łącznie: 2 wydania (1 artykuł w jednym wydaniu miesięcznika/dwumiesięcznika). Termin publikacji zostanie wyznaczony w uzgodnieniu z Zamawiającym. W każdym wydaniu będzie artykuł o innej treści, prezentujący wybrane certyfikowane produkty/usługi/wydarzenia, opracowanie redakcyjne po stronie Wykonawcy, każdorazowo do akceptacji Zamawiającego.
 - 2) 8 publikacji, w tym:
 - 4 artykuły sponsorowane;

- 2 ogłoszenia modułowe skierowane do przedsiębiorców oraz 2 ogłoszenia modułowe skierowane do mieszkańców w dzienniku/dziennikach obejmującym/obejmujących swoim zasięgiem województwo warmińsko-mazurskie, spełniającym/spełniających łącznie następujące wymagania:

- ✓ dziennik płatny;
- ✓ dziennik drukowany wydawany regularnie od poniedziałku do piątku dostępny na terenie całego województwa warmińsko-mazurskiego;
- ✓ nakład dziennika, w którym zostanie opublikowane ogłoszenie lub wywiad na terenie województwa warmińsko-mazurskiego w dniu publikacji, będzie nie mniejszy niż 3000 egzemplarzy.

W tym celu Wykonawca wykupi powierzchnię ogłoszeniową w ilości 96 modułów (8 x ½) Wykonawca odpowiedzialny będzie za:

- Przygotowanie merytoryczne, redakcyjne i graficzne oraz publikację ogłoszeń, artykułów i wywiadów w płatnej prasie obejmującej swoim zasięgiem województwo warmińsko-mazurskie. Powstała treść przed publikacją zostanie przedstawiona Zamawiającemu do akceptacji.
 - Wykonawca w media planie określi termin publikacji ogłoszenia lub wywiadu.
3. Wykonawca co miesiąc przedstawi pisemny raport o wykorzystanej powierzchni ogłoszeniowej w miesięczniku/dwumiesięczniku/dzienniku, potwierdzony przez podmiot, u którego została ona zakupiona oraz dostarczy egzemplarz z zamieszczonym artykułem/wywiadem.

6. Emisja audycji i spotów radiowych

- 1) Wykonawca zobowiązany jest wyprodukować i wykupić w radiu regionalnym o największym dziennym zasięgu na terenie województwa warmińsko-mazurskiego i udziale w czasie słuchania:
 - a) Kampanii radiowej składającej się z 60 emisji spotów o długości 12-15 sek., w tym 30 emisji spotu skierowanego do mieszkańców regionu i 30 emisji spotu adresowanego do przedsiębiorców z regionu;
 - b) Wykonawca zaproponuje po 2 różne spoty do każdej z grup docelowych (tj. do mieszkańców oraz do przedsiębiorców) i przedstawi je do wyboru Zamawiającego;
 - c) Termin emisji spotów zostanie przedstawiony przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego w media planie.
- 2) Wykonawca zobowiązany jest do wykupienia w radiu regionalnym o największym dziennym zasięgu na terenie województwa warmińsko-mazurskiego i udziale w czasie słuchania na terenie województwa warmińsko-mazurskiego 3 audycji radiowych trwających 2 – 3 minuty.
 - a) Liczba audycji 3 (3 emisje). Zgodnie z media planem do 30 czerwca – 1 audycja z 3 przedsiębiorcami, którzy uzyskali certyfikat Produkt Warmia Mazury, do 31 lipca – 1 audycja z 3 przedsiębiorcami wyróżnionymi podczas ostatniej IX edycji; po X Gali Produkt Warmia Mazury do 31 października – 1 audycja z 3 przedsiębiorcami wyróżnionymi w X edycji;
 - b) Audycje należy opatrzyć dźwiękiem sponsorskim, krótkim wstępem, słowem merytorycznym oraz podkładem muzycznym;
 - c) Terminy emisji audycji zostaną przedstawione przez Wykonawcę do akceptacji Zamawiającego w media planie;

- d) Zamawiający wskaże Wykonawcy listę przedsiębiorców wraz z danymi teleadresowymi z którymi Wykonawca skontaktuje się i zaprosi do audycji radiowych.
- 3) Wykonawca przedstawi Zamawiającemu pisemny raport dotyczący emisji spotów i audycji w radiu regionalnym za każdy miesiąc trwania kampanii.

7. Działania w Internecie

Celem kampanii promocyjnej w internecie jest dotarcie do jak najszerszego grona regionalnych przedsiębiorców, organizatorów wydarzeń z regionu, zachęcenie ich do udziału w projekcie Produkt Warmia Mazury, a także promowanie i rozwinięcie idei lokalnego patriotyzmu („kupuj i wspieraj swoje”). Wykonawca przeprowadzi 2 oddzielne kampanie, jedną skierowaną do mieszkańców oraz jedną skierowaną do przedsiębiorców, których chcemy pozyskać. Wykonawca zaproponuje słowa kluczowe i przekaże je do akceptacji Zamawiającego. Wykonawca zaproponuje różne treści reklam i przekaże je do akceptacji Zamawiającego oraz dobierze odpowiednią do reklam kreację, którą zaakceptuje Zamawiający. Zasięg: województwo warmińsko-mazurskie, termin: do 31 sierpnia 2018 roku.

- 1) Termin rozpoczęcia i zakończenia działań internetowych określi szczegółowy harmonogram kampanii internetowej z podziałem na dni, tygodnie, miesiące – zostanie zaproponowany przez Wykonawcę w media planie i przekazany do akceptacji Zamawiającego.
- 2) **Wykonawca na 2 regionalnych portalach internetowych, umieszcza 2 różne artykuły sponsorowane** poświęcone tematyce dotyczącej regionu, a w szczególności zawierające treści dotyczące biznesu, gospodarki, prawa, życia społeczno-kulturalnego:
 - jeden artykuł na jednym portalu (Zamawiający nie dopuszcza, aby artykuły zamieszczone na portalach były tej samej treści, co artykuły zamieszczone w dzienniku i czasopiśmie lifestyl'owym);
 - każdy z artykułów maksymalnie do 3 000 znaków;
 - do każdego załączony materiał zdjęciowy;
 - czas ekspozycji – tydzień;
 - zasięg: województwo warmińsko-mazurskie. Za regionalne portale internetowe Zamawiający uznaje strony internetowe, które regularnie podejmują tematykę związaną z regionem i subregionem, zawierające wiadomości dotyczące województwa warmińsko-mazurskiego oraz informują o wydarzeniach z regionu i subregionu, np. gazetaolsztynska.pl; www.wm.pl
- 3) Artykuły powinny być opublikowane najpóźniej w terminie 10 dni roboczych przed planowaną galą oraz 3 dni robocze po przeprowadzonej gali.
- 4) Opracowanie redakcyjne i merytoryczne po stronie Wykonawcy, przed publikacją do akceptacji Zamawiającego.
- 5) Wykonawca dostarczy Zamawiającemu screeny z artykułami zamieszczonymi w regionalnych serwisach internetowych. Dostarczony materiał musi umożliwiać identyfikację, gdzie i w jakim terminie publikacja została zamieszczona.
- 6) Wykonawca odpowiedzialny będzie za **mailing informujący i zachęcający przedsiębiorców do wzięcia udziału w projekcie „Produkt Warmia Mazury”** – bazę przedsiębiorców zaproponuje Wykonawca – grupa docelowa: mieszkańcy

województwa warmińsko-mazurskiego, płeć: kobiety i mężczyźni prowadzący działalność gospodarczą lub zawodową, wiek: 25-65 lat.

- a) Wysyłka mailowa w trakcie naboru do X edycji do 5 000 podmiotów. Wykonawca w media planie przedstawi do akceptacji Zamawiającego dokładny termin wysyłki mailingu.
 - b) **Wykonawca zaproponuje Zamawiającemu treść tekstu, który będzie oceniany w kryterium oceny ofert – Kreacja**, ponadto Wykonawca 7 dni po zawarciu umowy przedstawi Zamawiającemu drugą treść tekstu. Zaproponowane przez Wykonawcę dwie różne treści tekstu będą wykorzystane w kampanii promocyjnej oraz do użytku Zamawiającego.
 - c) **Cel mailingu:** Wykonawca skieruje mailing do podmiotów w celu zachęcenia przedsiębiorców oraz osób prowadzących działalność zawodową z terenu województwa warmińsko-mazurskiego do zgłaszania swoich produktów/usług/wydarzeń do projektu.
- 7) Wykonawca przedstawi 4 różne kreacje i treści reklamy internetowej w postaci banerów, w tym 2 skierowane do przedsiębiorców i 2 skierowane do mieszkańców, z których Zamawiający wybierze dwie. Wybrane banery będą wykorzystane przy realizacji kampanii promocyjnej. **Zaproponowane banery będą oceniane w kryterium oceny ofert – Kreacja.**
- 8) Wykonawca wyemituje **banery internetowe, jeden skierowany do mieszkańców i jeden skierowany do przedsiębiorców** – minimalna ilość kliknięć na 3 portalach łącznie to 4000.
- a) Wykonawca zaproponuje minimum 3 portale internetowe o charakterze publicystyczno-informacyjnym do akceptacji Zamawiającego, do których skieruje reklamę mając za kryterium: wiek 25-65 lat kobiety i mężczyźni, mieszkańcy woj. warmińsko-mazurskiego, zainteresowania użytkowników np. gospodarka regionalna, biznes, turystyka, wydarzenia regionalne; słowa kluczowe pojawiające się na stronach docelowych np. warmińsko-mazurskie, Mazury; konkretne witryny docelowe, np. portale regionalne, portale kulturalno-rozrywkowe, portale gospodarcze, portale informacyjne. Wykonawca może posługiwać się formatami bannerów: 750x300 px, 750x200 px, 300x300 px, 300 x 250 px.
 - b) Bannery internetowe linkować będą do stron Zamawiającego: www.warmia.mazury.pl/produkt
 - c) Wykonawca dostarczy Zamawiającemu screeny obejmujące co najmniej jedną emisję banerów na każdym z 3 portali.

8. Organizacja X Gali Produkt Warmia Mazury wraz z działaniami promocyjnymi.

- 1) Pod pojęciem „Gala” zamawiający rozumie wydarzenie, na które składać się będzie:
 - Bufet kawowy zapewniony uczestnikom przed uroczystością;
 - Wręczenie certyfikatów uprawniających do stosowania znaku Produkt Warmia Mazury przez Marszałka Województwa Warmińsko-Mazurskiego;
 - Występ artysty Pana Grzegorza Turnaua;
 - Catering dla uczestników.
- 2) X Gala Produkt Warmia Mazury odbędzie się w październiku 2018 roku w Filharmonii Warmińsko-Mazurskiej w Olsztynie. Przewidywana ilość uczestników Gali ok. 300

- osób (+/- 10 os). Miejsce Gali zapewnia Zamawiający, po stronie Wykonawcy leży natomiast zapewnienie cateringu w porozumieniu z operatorem przestrzeni restauracyjnej działającej na terenie Filharmonii Warmińsko-Mazurskiej w Olsztynie.
- 3) Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia podczas Gali obsługi i elementów scenotechnicznych dostosowanych do ridera technicznego Artysty, którego zapewnia Zamawiający w porozumieniu z Filharmonią Warmińsko-Mazurską w Olsztynie.
 - 4) Artystę muzycznego zapewnia Zamawiający.
 - 5) Zobowiązuje się Wykonawcę do przygotowania planszy początkowej, która będzie wyświetlana podczas Gali oraz wykonanie prezentacji multimedialnych w formie filmu przedstawiających sylwetki laureatów X edycji projektu. Prezentacje zostaną wyemitowane przed wręczeniem certyfikatu podczas X Gali Produkt Warmia Mazury. Do zadań Wykonawcy oprócz wykonania prezentacji multimedialnych należało będzie pozyskanie od przedsiębiorców materiałów. Jeśli przedsiębiorca nie dysponuje materiałem filmowym, wówczas wykonawca pozyskuje materiał fotograficzny, który wykorzysta do przygotowania prezentacji. Prezentacja multimedialna powinna być wykonana zgodnie z wytycznymi zawartymi w Księdze Identyfikacji Wizualnej, dostępnej na stronie <http://warmia.mazury.pl/turystyka-i-promocja/promocja-regionu/system-identyfikacji-wizualnej>. Dane teled adresowe na temat zgłoszonych podmiotów zostaną przekazane Wykonawcy przez Zamawiającego w terminie 7 dni od dnia zakończenia obrad komisji. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu na nośniku USB 5 różnych propozycji graficznych prezentacji do wyboru, maksymalnie 7 dni od dnia zakończenia obrad komisji zatwierdzającej zgłoszone podmioty. Wykonawca na 10 dni przed planowaną Galą przedstawi finalne projekty planszy początkowej oraz prezentacji multimedialnych w formie materiału filmowego.
 - 6) Nie później niż 3 tygodnie przed planowaną X Galą Wykonawca skontaktuje się ze wskazanymi przez Zamawiającego artystami biorącymi udział w wydarzeniu celem ustalenia szczegółowego harmonogramu występu oraz ustaleń technicznych występów. Wykonawca udokumentuje fotograficznie aparatem cyfrowym przebieg Gali, z czego co najmniej pięć zdjęć (800x500 px, 300 dpi) zostanie dostarczone Zamawiającemu następnego dnia po zakończonej Gali do godz.12:00 na nośniku CD/DVD lub mailowo. Fotorelacja z Gali złożona z co najmniej 120 zdjęć 800x500 px, 300 dpi zostanie przekazana Zamawiającemu na nośniku CD/DVD lub mailowo najpóźniej 3 dni po przeprowadzonej X Gali.
 - 7) Wykonawca zleci prowadzenie Gali osobistościom (kobiecie i mężczyźnie) z Warmii i Mazur. Wykonawca zaproponuje co najmniej trzy duety spośród osób związanych z Warmią i Mazurami (prezenterzy, dziennikarze, aktorzy, zawodowi konferansjerzy, kabareciarze itp.) do wyboru Zamawiającego, nie później niż 30 dni przed planowaną Galą.
 - 8) Wykonawca zobowiązuje się do wykonania i oprawy certyfikatów „Produkt Warmia Mazury” w ilości 30 sztuk, format A4, zadruk jednostronny, fullcolor, wymiar oprawy 30x40, zewnętrzny wymiar passe partout 30x40, wymiar wewnętrzny passe partout 29x20 w terminie maksymalnie do 2 tygodni przed planowaną Galą.
 - 9) Wykonawca zapewni catering wraz z obsługą kelnerską podczas Gali, na który składać się będą: soki, woda, kawa, herbata, 3 rodzaje ciast, ciastka, 3 rodzaje zimnych przekąsek, 2-3 rodzaje kanapek, 2 rodzaje dań gorących (zupa oraz drugie danie), 3-4 rodzaje sałat. Wykonawca dwa tygodnie przed planowaną Galą przedstawi propozycje 3 różnych menu do wyboru Zamawiającego. Wykonawca

zobowiązuje się do świadczenia usługi wyłącznie przy użyciu produktów spełniających normy jakości produktów spożywczych oraz przestrzegania przepisów prawnych w zakresie przechowywania i przygotowywania artykułów spożywczych m.in. ustawy z dnia 25.08.2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia (tj. Dz.U. z 2017r. poz. 149).

- 10) Wykonawca zobowiązuje się do zaprojektowania i wydrukowania 300 zaproszeń na X Galę. Projekt graficzny powinien być wykonany zgodnie z wytycznymi Księgi Identyfikacji Wizualnej, dostępnej na stronie <http://warmia.mazury.pl/turystyka-i-promocja/promocja-regionu/system-identyfikacji-wizualnej>.

Wzór i treść zaproszenia do uzgodnienia z Zamawiającym, wysyłka po stronie Zamawiającego. W terminie 30 dni roboczych przed Galą, Wykonawca przedstawi 3 różne propozycje projektów zaproszeń do wyboru Zamawiającego.

- 11) Wykonawca na 3 tygodnie przed X Galą przygotowuje szczegółowy scenariusz wydarzenia, scenariusz dla prowadzących, do akceptacji Zamawiającego.
- 12) Wykonawca zaproponuje minimum 3 rodzaje podkładów muzycznych na X Galę Produkt Warmia Mazury, do wyboru Zamawiającego. Każda ścieżka dźwiękowa powinna posiadać licencję ZAiKS na emisję podczas uroczystości.