



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



KRAJOWY
PLAN
ODBUDOWY

Dofinansowane przez Unię Europejską – NextGenerationEU

Opis przedmiotu zamówienia pod tytułem:

**Wykonanie kampanii promocyjno-informacyjnej w prasie
oraz w internecie o zasięgu ogólnokrajowym**

Nazwy i kody Wspólnego Słownika Zamówień (Klasyfikacji CPV):

22000000-0 – Druki i produkty podobne

22200000-2 – Gazety, dzienniki, czasopisma i magazyny

79900000-3 – Różne usługi branżowe i podobne

Zamawiający: Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest wykonanie kampanii promocyjno-informacyjnej w prasie o zasięgu ogólnokrajowym oraz w internecie.

Na przedmiot zamówienia składają się:

1. zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie kampanii promocyjno-informacyjnej promującej potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego w magazynach i czasopismach o zasięgu ogólnokrajowym oraz w serwisach internetowych o tematyce biznesowej;
2. zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie kampanii promocyjno-informacyjnej promującej Pomorze Zachodnie jako zielony region w prasie o zasięgu ogólnokrajowym nawiązującej do tematyki ekologicznej;
3. realizacja kampanii promocyjno-informacyjnej promującej ideę uczenia się przez całe życie mieszkańców Pomorza Zachodniego w serwisach internetowych o zasięgu krajowym.

II. WSTĘP

Województwo Zachodniopomorskie realizuje kompleksowe zadania bezpośrednio wspierające gospodarkę regionalną oraz buduje pozytywny i innowacyjny wizerunek Pomorza Zachodniego na arenie krajowej i międzynarodowej. Realizowane są cykliczne przedsięwzięcia, promujące lokalne firmy, ze szczególnym uwzględnieniem mikro, małych i średnich przedsiębiorstw. Przy realizacji niniejszych zadań nacisk zostanie położony na wzmocnienie wizerunku i pozycji regionalnej gospodarki poprzez promowanie marki Pomorza Zachodniego przez pryzmat lokalnej przedsiębiorczości jako regionu atrakcyjnego inwestycyjnie oraz gospodarczo, jednocześnie podkreślając wagę rozwoju mikro, małych i średnich przedsiębiorstw dla podniesienia innowacyjności lokalnej przedsiębiorczości. Kampanie promocyjno-informacyjne ze wsparciem autorytetu ogólnokrajowej prasy branżowej i portali internetowych będą wskazywały potencjalnym inwestorom powody, dla których warto rozwijać biznes na Pomorzu Zachodnim. Taka promocja wpisuje się w długofalową politykę rozwoju innowacji i wsparcia przedsiębiorczości w regionie. Województwo Zachodniopomorskie wspiera również lokalną społeczność poprzez rozwijanie idei uczenia się przez całe życie. Upowszechnianie kształcenia zawodowego, a także wskazywanie zapotrzebowania na pracę w kluczowych branżach wpływa bardzo pozytywnie na rozwój gospodarczy regionu. W ramach tych działań nacisk jest również kładziony na edukację formalną i nieformalną ze zwróceniem szczególnej uwagi na kooperację i efektywność międzypokoleniową. Połączenie tych wszystkich elementów podnosi kapitał społeczny wśród mieszkańców regionu, a promowanie go za pomocą i ze wsparciem autorytetu ogólnokrajowej prasy branżowej oraz ogólnokrajowego portalu internetowego ma realny wpływ na kształtowanie postaw społecznych i trendów wśród mieszkańców Pomorza Zachodniego. Kolejny aspekt realizowany przez Województwo Zachodniopomorskie dotyczy promowania idei zielonego regionu. W ramach tych elementów kampanii podejmowany jest szereg działań wizerunkowych, informacyjnych oraz edukacyjnych, podkreślających proekologiczny charakter Pomorza Zachodniego. Odbiorcami tych działań są wszyscy mieszkańcy, dla których dziedzictwo przyrodniczo-kulturowe oraz zrównoważony rozwój są ważnym elementem życia codziennego. W ramach podejmowanych działań nacisk położony jest na podniesienie jakości życia mieszkańców Pomorza Zachodniego w zdrowym, przyjaznym, a także czystym otoczeniu oraz zachęcenie lokalnego biznesu do wprowadzania zielonych innowacji w dalszym rozwoju regionalnych firm. Kampanie promocyjno-informacyjne realizowane w mediach o ogólnokrajowym zasięgu

zaprezentują innowacyjne, proekologiczne wydarzenia i sesje edukacyjne, które mają potencjał stać się przyszłymi trendami podejmowanymi w debacie publicznej zarówno w regionie jak i całym kraju.

III. OKRES REALIZACJI ZAMÓWIENIA

1. Zamówienie zostanie zrealizowane w okresie 10 miesięcy od dnia zawarcia umowy, z zastrzeżeniem, że umowa musi zakończyć się najpóźniej do dnia 30.05.2026 r.
2. Zamawiający przewiduje, że w trakcie trwania umowy zamówione zostanie maksymalnie 41 publikacji.
3. Zakończenie prac nad niniejszym zamówieniem wiąże się z podpisaniem przez strony protokołu zdawczo-odbiorczego.

IV. CEL ZAMÓWIENIA

Kampanie promocyjno-informacyjne w mediach o ogólnokrajowym zasięgu będą szeroko informowały społeczeństwo o najważniejszych inicjatywach podejmowanych przez Województwo Zachodniopomorskie. Pomorze Zachodnie zaprezentuje się jako region aktywnie wspierający lokalną przedsiębiorczość, co może przełożyć się na powstanie nowych firm, czy pozyskanie inwestorów, których kapitał, wiedza i doświadczenie mogą stać się zastrzykiem pozytywnych zmian w regionie. Jednocześnie publikacje realizowane w magazynach branżowych kierowanych do konkretnych grup odbiorców np. magazyn biznesowy wspierający przedsiębiorczość kobiet, pozwoli aktywnie wspierać wyrównywanie szans na regionalnych i krajowych rynkach rozwoju biznesowego, jednocześnie podnosząc wartość lokalnej gospodarki. Podobnie, promowanie działań związanych z ideą uczenia się przez całe życie ma pokazać zaangażowanie województwa w podnoszenie jakości życia mieszkańców Pomorza Zachodniego, a także wskazać przyszłe kierunki rozwoju w tym aspekcie, by działania związane z uczeniem się przez całe życie były popularne i na stałe wpisały się w listę zadań realizowanych przez Województwo Zachodniopomorskie. Z kolei upowszechnianie wiedzy z zakresu ekologii, poprzez realizowanie różnych warsztatów, spotkań edukacyjnych, konferencji oraz zaprezentowanie Województwa Zachodniopomorskiego jako zielonego regionu pozwoli zaistnieć w ogólnopolskiej debacie publicznej mówiącej m.in. o: przeciwdziałaniu zmianom klimatycznym, pozyskiwaniu odnawialnych źródeł energii, czy tworzeniu nowych terenów objętych systemową ochroną przyrody. Ponadto, promowanie Pomorza Zachodniego, jako miejsca bogatego w tereny zielone, sprzyjające aktywnemu wypoczynkowi wspiera rozwój lokalnej turystyki.

V. GRUPA DOCELOWA

Głównymi odbiorcami wszystkich działań objętych zamówieniem będą przedsiębiorcy, managerowie, decydenci polityczni, przedstawiciele sektora edukacyjnego, mieszkańcy Pomorza Zachodniego oraz inni obywatele, zainteresowani wydarzeniami, życiem gospodarczym, społecznym i edukacją ekologiczną w Polsce i regionie.

VI. ELEMENTY ZAMÓWIENIA

- A. Magazyn biznesowy + wersja online
- B. Magazyn biznesowy wspierający m.in. wyrównywanie szans w biznesie i na rynku pracy + wersja online.
- C. Tygodnik opiniotwórczy nawiązujący do tematyki ekologicznej + wersja online.
- D. Ogólnokrajowy serwis internetowy o charakterze informacyjnym.



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Dofinansowane przez Unię Europejską – NextGenerationEU

E. Ogólnokrajowy serwis internetowy o profilu biznesowo-finansowym.

A. Magazyn biznesowy + wersja online o zasięgu ogólnokrajowym

Kampania promocyjno-informacyjna promująca potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego w magazynie biznesowym w wersji drukowanej, jak i wersji online dedykowanego magazynu będzie składać się zarówno z działań marketingowych, jak i PR-owych o zasięgu krajowym, w tym publikacje materiałów dostarczonych przez Zamawiającego w postaci grafik oraz artykułów sponsorowanych. Wykonawca zapewni publikacje w renomowanym, opiniotwórczym, ogólnopolskim magazynie biznesowym, który ma zapewnioną stałą pozycję na rynku wydawniczym i cechuje się długoletnim stażem, a także wydawany jest cyklicznie (przynajmniej raz w miesiącu). Magazyn musi być wiarygodnym źródłem informacji o finansach i gospodarce, z nakładem nie mniejszym niż 25 tys. egzemplarzy (licząc miesięcznie od IV kwartału 2024 r.), a jego struktura powinna obejmować m.in.: artykuły tematyczne, wywiady, analizy, raporty, badania, rankingi. Wersja online magazynu powinna być na poziomie nie mniejszym niż 10 tys. czytelników.

Wykonawca zapewni minimum:

1. 6 szt. publikacji - 1/1 stronę w stałym, ustalonym layocie oznaczonym opisem "Materiał sponsorowany", publikacje mogą przybrać formę artykułu, artykułu wzbogaconego o cytaty bądź wywiad. Każda z wybranych form musi mieć dołączone min. 2 zdjęcia.
2. 6 szt. - publikacji 2/1 stronę (rozkładówka) w stałym, ustalonym layocie oznaczonym opisem "Materiał sponsorowany", publikacje mogą przybrać formę artykułu, artykułu wzbogaconego o cytaty bądź wywiad. Każda z wybranych form musi mieć dołączone min. 2 zdjęcia.
3. 2 szt. – tzw. „raportów redakcyjnych” o objętości od 8 do 10 str., realizowanych na tematy wskazane przez Zamawiającego i przygotowane przez redakcję magazynu na podstawie dostarczonych przez Zamawiającego materiałów, których publikacja nastąpi po ostatecznej akceptacji przez zamawiającego. „Raport redakcyjny” musi mieć dołączone min. 5 zdjęć.

B. Magazyn biznesowy wspierający m.in. wyrównywanie szans w biznesie i na rynku pracy + wersja online o zasięgu ogólnokrajowym

Kampania promocyjno-informacyjna promująca potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego z perspektywy przedsiębiorczyń będzie realizowana w wersji papierowej oraz online dedykowanego magazynu. Wykonawca zapewni publikacje w magazynie biznesowym o zasięgu krajowym, który aktywnie wspiera m.in. wyrównywanie szans w biznesie, przedsiębiorczość kobiet w Polsce. Na łamach magazynu poruszane są m.in. tematy związane z równouprawnieniem, samorozwojem, wsparciem różnorodności oraz prowadzeniem działalności gospodarczej, a także wyrównywaniu szans na rynku pracy. Magazyn musi być wydawany cyklicznie, nie rzadziej niż co dwa miesiące, a jego średni nakład nie może być mniejszy niż 24 tys. egzemplarzy (licząc miesięcznie od IV kwartału 2024 r.). Wersja online magazynu powinna być na poziomie nie mniejszym niż 5 tys. czytelników.

Wykonawca zapewni minimum:



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską



KRAJOWY PLAN ODBUDOWY

Dofinansowane przez Unię Europejską – NextGenerationEU

1. 6 szt. - publikacji 1/1 stroną w stałym, ustalonym layoucie oznaczonym opisem "Materiał sponsorowany", publikacje mogą przybrać formę artykułu, artykułu wzbogaconego o cytaty bądź wywiad. Każda z wybranych form musi mieć dołączone min. 2 zdjęcia.

C. Tygodnik opiniotwórczy nawiązujący do tematyki ekologicznej + wersja online o zasięgu ogólnopolskim

Kampania promocyjno-informacyjna promująca ideę Pomorza Zachodniego jako zielonego regionu będzie składać się z działań marketingowych i wizerunkowych oraz informacyjnych nt. przedsięwzięć proekologicznych realizowanych w regionie. Wykonawca zapewni publikacje w wersji papierowej, jak i wersji online dedykowanego magazynu w ogólnopolskim, opiniotwórczym tygodniku (nakład miesięczny około 85 tys. egzemplarzy liczony od IV kwartału 2024 r.), zawierającym np. specjalną sekcję tematyczną (dodatek) – ekologiczną, która publikowana jest przynajmniej raz w miesiącu, a treści redakcyjne mają być również dostępne online. Ekologiczna sekcja tematyczna ma podejmować tematy związane z: ekologiczną świadomością społeczną, innowacjami, unijnymi funduszami (efekty wykorzystania), śladem węglowym i innymi tematami pasującymi do wskazanego profilu. Wersja online tygodnika powinna być na poziomie nie mniejszym niż 20 tys. czytelników.

Wykonawca zapewni minimum:

1. 6 szt. - publikacji 1/1 stroną w stałym, ustalonym layoucie oznaczonym opisem "Materiał sponsorowany", publikacje mogą przybrać formę artykułu, artykułu wzbogaconego o cytaty bądź wywiad. Każda z wybranych form musi mieć dołączone min. 2 zdjęcia.
2. 2 szt. - publikacji 2/1 stroną (rozkładówka) w stałym, ustalonym layoucie oznaczonym opisem "Materiał sponsorowany", publikacje mogą przybrać formę artykułu, artykułu wzbogaconego o cytaty bądź wywiad. Każda z wybranych form musi mieć dołączone min. 2 zdjęcia.

D. Ogólnokrajowy serwis internetowy o charakterze informacyjnym.

Kampania promocyjno-informacyjna promująca potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego oraz ideę uczenia się przez całe życie będzie składać się z działań marketingowych, wizerunkowych oraz informacyjnych. Wykonawca zapewni publikacje online w jednej z największych domen wydawców internetowych (licząc miesięcznie od IV kwartału 2024 r.). Portal ma być ogólnokrajowy, opiniotwórczy o charakterze centrum informacji z obszarów dot. m.in. gospodarki, polityki, życia społecznego i kulturalnego, ekologii. Portal musi cechować się łatwym i wygodnym dostępem do prezentowanych treści – musi być dostępny na wszystkich kanałach dystrybucji cyfrowej, a także zawierać zróżnicowane tematycznie serwisy tematyczne. Jego najczęstszymi odbiorcami powinni być mężczyźni i kobiety w wieku 35-45 lat. Miesięczny zasięg odbiorców powinien być nie mniejszy niż: 10 mln realnych użytkowników korzystających z serwisu.

Wykonawca zapewni minimum:

1. 10 szt. publikacji w ustalonym layoucie oznaczonym opisem "Materiał promocyjny", publikacje mogą przybrać formę artykułu, artykułu wzbogaconego o cytaty bądź wywiad. Każda z wybranych form musi mieć dołączone min. 3 zdjęcia.

E. Ogólnokrajowy serwis internetowy o profilu biznesowo-finansowym.

Kampania promocyjno-informacyjna promująca potencjał gospodarczy Pomorza Zachodniego będzie składać się z działań marketingowych i PR-owych o zasięgu krajowym. Wykonawca zapewni publikacje online w rozpoznawalnym, ogólnokrajowym portalu, który jest polską edycją znanego na świecie serwisu internetowego. Treści publikowane mają być związane z biznesem, finansami i gospodarką. Portal wśród swoich odbiorców powinien mieć głównie przedstawicieli kadry kierowniczej, właścicieli firm i inwestorów. Tematyka poruszana w publikowanych materiałach ma dotyczyć m.in. aktualnej sytuacji gospodarczej w Polsce i na świecie, giełdy i walut, technologii i trendów. Miesięczny zasięg odbiorców powinien być nie mniejszy niż: 8 mln realnych użytkowników odwiedzających serwis.

Wykonawca zapewni:

1. 4 szt. publikacji w ustalonym layoucie oznaczonym opisem "Materiał promocyjny", publikacje mogą przybrać formę artykułu, artykułu wzbogaconego o cytaty bądź wywiad. Każda z wybranych form musi mieć dołączone min. 3 zdjęcia

VII. POZOSTAŁE WARUNKI ZAMÓWIENIA

1. Wszystkie materiały prasowe i publikacje będą musiały zostać przesłane w ustalonym czasie pomiędzy Wykonawcą a Zamawiającym.
2. Wszystkie materiały prasowe i publikacje będą musiały uzyskać ostateczną akceptację Zamawiającego przed publikacją. Akceptacja będzie odbywała się w formie elektronicznej za pomocą e-maili przekazywanych przez strony umowy wyznaczone do reprezentacji lub kontaktów roboczych.
3. Na początku każdego miesiąca Wykonawca jest zobowiązany do przesyłania raportu dokumentującego opublikowanie (w postaci zrzutów ekranu, zdjęć, skanów, drukowanej wersji czasopisma) wskazanych artykułów z miesiąca poprzedniego, wraz z ilością odbiorców oraz wydrukowanych egzemplarzy. Raport podpisany przez Wykonawcę powinien być przesłany w formie elektronicznej na adres projekty@wzp.pl w ciągu maksymalnie 7 dni kalendarzowych licząc od pierwszego dnia nowego miesiąca.
4. Kontakt z Zamawiającym, w tym także otrzymywanie wszelkich akceptacji i odpowiedzi Zamawiającego w ramach realizacji niniejszego zamówienia, jest możliwy w godzinach od 7:30 do 15:30 w dni powszednie od poniedziałku do piątku z wyjątkiem dni ustawowo wolnych od pracy.
5. Zapytania, wnioski i inne wiadomości przesłane przez wykonawcę drogą elektroniczną do Zamawiającego po godzinie 15:30 w dzień roboczy lub przesłany w dzień ustawowo wolny od pracy dla Zamawiającego, będą traktowane jak przesłane w pierwszym dniu roboczym dla Zamawiającego, następującym po dniu jego przesłania przez wykonawcę, i od tego dnia będzie liczony termin otrzymania lub termin wykonania wymaganej czynności określonej w OPZ.