



Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Rozwoju Regionalnego



## Załącznik nr 8 do SIWZ

### OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

#### I. Nazwa:

**Opracowanie, tłumaczenie na j. niemiecki, szwedzki i norweski, skład oraz emisja w prasie polskiej, niemieckiej i skandynawskiej, artykułów promujących potencjał turystyczny i inwestycyjny Województwa Zachodniopomorskiego.**

#### II. Nazwy i kody Wspólnego Słownika Zamówień (Klasyfikacji CPV):

79341400-0 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych  
79342200-5 Usługi w zakresie promocji  
79970000-4 Usługi publikacji.  
79340000-9 Usługi reklamowe i marketingowe  
39294100-0 Artykuły informacyjne i promocyjne  
79822000-2 Usługi składu,  
79822500-7 Usługi projektów graficznych,  
79530000-8 Usługi w zakresie tłumaczeń pisemnych

#### III. Opis:

1. Stosownie do art. 29 ust. 3a ustawy Prawo zamówień publicznych, Zamawiający wymaga, aby Wykonawca lub podwykonawca(y) zatrudniali na podstawie umowy o pracę wszystkie osoby wykonujące czynności niezbędne podczas realizacji zamówienia, takie jak:
  - sprawowanie nadzoru nad realizacją umowy, w tym kompleksowe prowadzenie i zarządzanie działaniami promocyjnymi,
  - wykonywanie czynności dotyczących obsługi biurowo-administracyjnej zamówienia.

Wymogi dotyczące zatrudnienia na podstawie umowy o pracę, a także sposób dokumentowania zatrudnienia tych osób zostały określone we wzorze umowy.

#### **Część opisowa przedmiotu zamówienia:**

##### I. Przedmiot zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie, tłumaczenie na j. niemiecki, szwedzki i norweski, skład oraz emisja w prasie polskiej, niemieckiej i skandynawskiej, artykułów promujących potencjał turystyczny i inwestycyjny Województwa Zachodniopomorskiego.

##### II. Termin realizacji

Od dnia podpisania Umowy do 18 grudnia 2019 roku, z czego termin zakończenia działań promocyjnych to 16 grudnia 2019r., dodatkowe 2 dni są na sporządzenie i dostarczenie raportu.

##### III. Grupa docelowa

Potencjalni inwestorzy oraz turyści krajowi i zagraniczni.

##### IV. Cel

**Celem jest promocja potencjału turystycznego i inwestycyjnego województwa zachodniopomorskiego, jako regionu atrakcyjnego dla potencjalnego turysty i inwestora oraz dotarcie do jak największego grona odbiorców w kraju i zagranicą.**

**V. Zakres zamówienia:**

Wykonawca przedstawi plan kampanii, która swoim zasięgiem obejmie działania w prasie krajowej i zagranicznej. Do zadań Wykonawcy będzie należało przygotowanie artykułów prezentujących potencjał turystyczny i inwestycyjny Województwa Zachodniopomorskiego oraz ich publikacja w prasie, zgodnie z poniższym:

Emisja w prasie polskiej (wydania drukowane):

Publikacja 2 (dwóch) odrębnych, tj. o różnej tematyce, artykułów promujących potencjał turystyczny i inwestycyjny regionu, w poniższych tytułach prasowych:

- a) National Geographic
- b) Forbes
- c) Newsweek

Wielkość każdego artykułu – format wielkości w przedziale od 1/3 do 1/2 strony

Emisja w prasie niemieckiej (wydania drukowane):

Publikacja 3 (trzech) odrębnych, tj. o różnej tematyce, artykułów promujących potencjał turystyczny i inwestycyjny regionu, w poniższych tytułach prasowych:

- a) Berliner Zeitung
- b) Berliner Kurier
- c) Hamburger Morgenpost

Wielkość każdego artykułu – format na całą szerokość strony i wysokość w przedziale wielkości od 60mm do 80 mm.

Opracowanie tłumaczenia artykułów na język niemiecki.

Emisja w prasie skandynawskiej (wydania drukowane):

Publikacja 3 (trzech) odrębnych, tj. o różnej tematyce, artykułów promujących potencjał turystyczny i inwestycyjny regionu, w poniższych tytułach prasowych:

- a) Aftonbladet (Szwecja)
- b) Aftenposten (Norwegia)

Wielkość każdego artykułu - format ¼ strony w poziomie.

Opracowanie tłumaczenia artykułów na język szwedzki i norweski.

1. Wykonawca wykonana 4 wersje Landing Page (1 dla każdej wersji językowej). Wykonawca opracuje treść, wykona opracowanie graficzne oraz zapewni współpracę przy podłączeniu landing page do strony Zamawiającego. Strona Landing Page jest stroną główną kampanii skierowaną do każdego rynku. Na każdym Landing Page'u prezentowany będzie potencjał turystyczny i inwestycyjny Województwa Zachodniopomorskiego. Zadaniem Wykonawcy jest stworzenie

gotowych do podpięcia jako poddomena do serwisu Zamawiającego stron Landing Page w języku polskim, niemieckim, szwedzkim i norweskim. Strony mają być gotowym produktem opracowanym np. w języku HTML5. Zamawiający nie przewiduje ingerowania w kod stron przygotowanych przez Wykonawcę. Strony mają zawierać odnośniki do adresów internetowych wskazanych przez Zamawiającego. Strony mają być responsywne tzn., że mają automatycznie dostosowywać się do rozdzielczości urządzeń m.in. telefonu, tabletu, laptopa. Strony mają mieć m.in. prosty układ, odpowiednio skonstruowany nagłówek, formularz z przyciskiem call to action, atrakcyjną grafikę z logo Pomorze Zachodnie.

### **Zadania Wykonawcy:**

- 1) opracowanie planu kampanii, z uwzględnieniem odpowiednich grup odbiorców, kalendarza emisji obejmującego publikację w prasie a także ewentualnych usług dodatkowych objętych planem (np. publikacji w serwisach internetowych należących do wydawców prasy wskazanej w opisie przedmiotu zamówienia, estymacji kosztów dotarcia),
- 2) bieżący kontakt z bezpośrednimi wydawcami prasy krajowej i zagranicznej w szczególności w zakresie wykupienia przez Wykonawcę u danego wydawcy powierzchni reklamowej w wydaniach drukowanych gazet,
- 3) usługi doradcze w sprawie wyboru najkorzystniejszych terminów publikacji,
- 4) zaprojektowanie i wykonanie całościowe założenia kampanii wraz z identyfikacją wizualną opartą na zaproponowanym przez wykonawcę hasle kampanii,
- 5) opracowanie projektów tekstów i szaty graficznej artykułów,
- 6) opracowanie projektów Landing Page,
- 7) tłumaczenie na j. niemiecki, szwedzki i norweski tekstów do materiałów drukowanych oraz na Landing Page,
- 8) jako element dodatkowy kampanii Wykonawca może opracować banery internetowe, a następnie opublikować je na portalach internetowych gazet, w których będą publikowane artykuły tradycyjne tj. National Geographic i/lub Forbes i/lub Newsweek lub w innych zaproponowanych przez siebie krajowych ogólnodostępnych serwisach internetowych o tematyce informacyjnej i/lub gospodarczej lub zawierającej podstrony o tematyce informacyjnej i/lub gospodarczej, o średniej dziennej liczbie odsłon na poziomie minimum 500 000 (minimalny czas emisji na każdym z zaproponowanych portali – 7 dni)
- 9) Strony landing page oraz banery internetowe powinny spełniać minimalne wymagania Web Content Accessibility Guidelines dla systemów teleinformatycznych w zakresie dostępności dla osób niepełnosprawnych.
- 10) Wykonawca jest odpowiedzialny za poprawność językową tekstów wykorzystywanych w kampanii,
- 11) kreacja zgodna z identyfikacją wizualną Zamawiającego,
- 12) elementem obowiązkowym szaty graficznej jest logo Pomorze Zachodnie oraz logo projektu unijnego,
- 13) uzgadnianie z Zamawiającym projektów artykułów i Landing Page - aż do momentu uzyskania jego akceptacji,

- 14) emisja drukowana - w terminach uzgodnionych z Zamawiającym,
- 15) każdorazowo, po emisji artykułów w wersjach drukowanych:
  - dostarczenie Zamawiającemu: po 1 egz. każdego tytułu prasowego
  - screenów z opublikowanymi banerami wraz z dzienną liczbą odsłon danej strony internetowej, za okres, w którym były na niej zamieszczone banery
- 16) Zamawiający dopuszcza realizację przedmiotu zamówienia przy pomocy Podwykonawców, za działania których, w stosunkach z Zamawiającym – odpowiada jak za działania własne.

Uwaga: Zamawiający na żadnym etapie realizacji zamówienia nie będzie uczestniczył w bezpośrednich kontaktach z wydawcą niemieckim, szwedzkim i norweskim. Stroną w sprawach realizacji zamówienia jest dla Zamawiającego wyłącznie Wykonawca, na którym spoczywa obowiązek prowadzenia wszelkich uzgodnień ze stroną niemiecką, szwedzką i norweską.

SZCZEGÓŁY SPOSOBU REALIZACJI ZAMÓWIENIA, PŁATNOŚCI I INNE – ZAWARTE ZOSTAŁY W UMOWIE.