#### Załącznik nr 1 do SIWZ – Opis przedmiotu zamówienia

Nr referencyjny nadany sprawie przez Zamawiającego: **TARRSA/KAMPANIA\_IP/1/2018**

**OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

**(OPZ)**

1. **Przedmiot zamówienia obejmuje** zaplanowanie, przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej, promującej tereny inwestycyjne usytuowane w Toruniu, w Gminie Sępólno Krajeńskie, w Gminie Nakło nad Notecią oraz promocja gospodarcza województwa kujawsko-pomorskiego, na którą składają się następujące działania:
2. Identyfikacja wizualna
3. Film promocyjny
4. Kampania billboardowa
5. Kampania prasowa
6. Kampania internetowa
7. Projekt, zakup, wykonanie materiałów promocyjnych
8. Organizacja konferencji.
9. **Termin realizacji zamówienia**

Termin realizacji zamówienia obejmuje okres od dnia podpisania umowy do 13.09.2019 r.

1. **Założenia i cele kampanii**

Kampania będzie prowadzona w ramach projektu „Promowanie województwa kujawsko-pomorskiego jako przyjaznego przedsiębiorstwom dzięki promocji terenów inwestycyjnych położonych w Toruniu, Sępólnie Krajeńskim oraz Nakle nad Notecią”.

Projekt dotyczy promocji gospodarczej województwa kujawsko-pomorskiego, a ściśle promocji terenów inwestycyjnych będących w gestii Partnerów Konsorcjum tj. TARR S.A, Gmin: Sępólno Krajeńskie i Nakło nad Notecią.

Celem projektu jest:

1. zwiększenie rozpoznawalności gminy, województwa na mapie Polski jak i Europy jako miejsca o dużym potencjale inwestycyjnym
2. budowa marki gospodarczej gminy Toruń, Sępólno Krajeńskie, Nakło nad Notecią, a w efekcie i województwa,
3. zwiększenie potencjału gospodarki zlokalizowanej na terenach inwestycyjnych tak, aby efektywnie konkurowała na rynkach międzynarodowych.

Powyższe cele będą realizowane przez szereg działań informacyjno-promocyjnych.

Założeniem realizacji działań informacyjno-promocyjnych (kampanii promocyjnej) jest promocja terenów inwestycyjnych usytuowanych w Toruniu oraz powiecie sępoleńskim i nakielskim, promocja marki Województwa Kujawsko-Pomorskiego oraz samego województwa jako przyjaznego Inwestorowi w sferze tworzenia przestrzeni inwestycyjnych oraz zaplecza infrastrukturalnego dla rozwoju przedsiębiorczości, a co za tym idzie przyciągnięcie inwestorów do regionu, którzy zainwestują kapitał i ulokują swoją działalność produkcyjną/usługową na promowanych terenach inwestycyjnych znajdujących się w województwie kujawsko-pomorskim. W swoich założeniach kampania realizować ma cele informacyjne, aby możliwie największa część rynku docelowego (przedsiębiorców z sektora MŚP) została poinformowana o oferowanej bazie inwestycyjnej i możliwościach gospodarczych poszczególnych Partnerów, województwa oraz atrakcyjności inwestycyjnej województwa, a w oczekiwanym rezultacie ma skłonić ich do zaangażowania finansowego na naszym terenie. Kampania promocyjna ma na celu przyczynić się do wzrostu wartości bezpośrednich inwestycji na terenie realizacji projektu i podnieść zainteresowanie obszarami inwestycyjnymi. W efekcie napływu bezpośrednich inwestycji na teren realizacji projektu wzrośnie potencjał społeczno-gospodarczy poszczególnych Gmin, a tym samym województwa. Powstaną nowe miejsca pracy, zwiększy się aktywność zawodowa województwa, co w konsekwencji prowadzić będzie do obniżenia stopy bezrobocia. Nastąpi także wzrost wykorzystania posiadanych terenów inwestycyjnych uzbrojonych w ramach okresu programowania 2007-2013 oraz nowych terenów inwestycyjnych. Powyższe wpłynie na wzrost konkurencyjności i poprawę wizerunku województwa jako przyjaznego miejsca do inwestowania, a w rezultacie umożliwi mu konkurowanie na rynkach międzynarodowych przy jednoczesnym wsparciu doradczym.

Promocja regionu jako przyjaznego miejsca do inwestowania, propagowanie potencjału gospodarczego województwa oraz działań i przedsięwzięć wpływających na rozwój gospodarczy ma spowodować zintensyfikowanie współpracy gospodarczej oraz wzrost wymiany handlowej, wpłynąć zdecydowanie na wzrost inwestycyjnej atrakcyjności regionu, w efekcie czego powinno nastąpić zwiększenie skali działalności gospodarczej, nawiązanie przez grupy przedsiębiorstw trwałych kontaktów międzynarodowych, co następnie przełoży się na wzrost wielkości eksportu, zmianę jego struktury poprzez wzrost udziału eksportu na rynki międzynarodowe.

1. **Grupa docelowa**

Przedsiębiorcy polscy i zagraniczni z sektora MŚP.

1. **Wymagania wobec Wykonawcy**

Obowiązki wykonawcy w zakresie realizacji zamówienia oraz współpracy z Zamawiającym:

1. Pozostawanie w stałym kontakcie z osobami odpowiedzialnymi za realizację projektu po stronie Zamawiającego (spotkania odpowiednio do potrzeb, kontakt telefoniczny oraz drogą elektroniczną, wyznaczenie osoby do kontaktów roboczych,) w tym:
	1. informowanie o stanie prac, sporządzanie miesięcznych sprawozdań o postępach prac. Oznacza to, że Wykonawca po zakończeniu każdego miesiąca zobowiązany jest dostarczyć Zamawiającemu sprawozdanie dokumentujące działania zrealizowane w danym miesiącu kampanii,
	2. informowanie o pojawiających się problemach i innych zagadnieniach istotnych dla realizacji zamówienia (na bieżąco).
2. Przed wykonaniem poszczególnych elementów przedmiotu zamówienia, Zamawiający wymaga wcześniejszego uzgodnienia koncepcji merytorycznej jak również układu graficznego oraz znakowania i treści w formie mailowej lub podczas bezpośrednich spotkań z przedstawicielem Zamawiającego.
3. Wykonanie, oprawa graficzna i treść wszystkich działań promocyjnych w ramach kampanii, przed ich realizacją lub publikacją musi uzyskać akceptację Zamawiającego.
4. Zamawiający zastrzega sobie prawo wprowadzania zmian do zaproponowanych przez Wykonawcę projektów graficznych dla wszystkich działań promocyjnych w ramach kampanii.
5. Terminy wszystkich działań informacyjno-promocyjnych Kampanii, muszą być zawsze uzgodnione i potwierdzone przez Zamawiającego.
6. Wszystkie przygotowane w ramach przedmiotowego zamówienia elementy muszą być oznakowane zgodnie z obowiązującymi na czas trwania umowy wymogami wynikającymi z dokumentu pod nazwą „Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności”, które zamieszczone są na stronie internetowej Instytucji Zarządzającej: [www.mojregion.eu](http://www.mojregion.eu). Opracowane materiały powinny zawierać: (1) logotyp Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020, (2) herb województwa kujawsko-pomorskiego z podpisem (3) logotyp Unii Europejskiej z odwołaniem słownym do Unii Europejskiej i Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, (4) napis „Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020, (5) logotyp Zamawiającego.
7. Wykonawca przekaże Zamawiającemu wszelkie majątkowe prawa autorskie, prawa pokrewne oraz prawa zależne do treści powstałych w wyniku realizacji umowy bez ograniczeń czasowych i terytorialnych i na wszystkich polach eksploatacji.
8. Wszystkie projekty i materiały opracowane przez Wykonawcę muszą zostać przekazane Zamawiającemu w formacie umożliwiającym edycję.
9. Wszystkie oferowane do dostawy produkty muszą być fabrycznie nowe, pełnowartościowe, wolne od wad i uszkodzeń, nie gorsze niż określone przez Zamawiającego w opisie zamówienia, a także muszą spełniać warunki określone dla bezpieczeństwa produktu w rozumieniu art. 4 ustawy z dnia 12.12.2013 r. o ogólnym bezpieczeństwie produktów (Dz.U. 2016 r. poz. 2047 ze zm.).

**ZLECENIE nr 1**

**dla Toruńskiej Agencji Rozwoju Regionalnego S.A.**

Cena oferty za Zlecenie nr 1 nie może przekroczyć kwoty brutto: 313.650,00 zł,

w przeciwnym razie oferta podlegać będzie odrzuceniu jako niezgodna z SIWZ.

**Zamawiający:**

**Toruńska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A., ul. Włocławska 167, 87-100 Toruń, NIP 956-00-15-177**

Przedmiot zlecenia

Termin realizacji zlecenia

Etapy realizacji zlecenia

3.1. Etap I - Kreacja wizualna kampanii informacyjno-promocyjnej

3.2. Etap II - Realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej w ramach zlecenia

3.2.1 Film promocyjny

3.2.2 Kampania internetowa

3.2.2.1. Kampania banerowa

3.2.2.2. Strona internetowa

3.2.2.3. Mailing dedykowany bezpośrednio do przedsiębiorców i biznesu

3.2.3. Kampania prasowa

3.2.4. Materiały promocyjno-informacyjne

3.2.5. Materiały dotyczące organizacji konferencji

 3.2.5.1. Ogłoszenia w prasie

 3.2.5.2. Zaproszenia na konferencję

**Przedmiot zlecenia**

Przedmiotem zlecenia jest realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej promującej tereny inwestycyjne położone na obszarze Gminy Miasta Toruń, przy ul. Andersa, ale także sam region kujawsko-pomorski. Kampania powinna informować o atrakcyjności inwestycyjnej, potencjale gospodarczym Gminy, województwa, aby w rezultacie skłonić przedsiębiorców z sektora MSP do zaangażowania finansowego na terenie Gminy Miasta Toruń.

Kampania informacyjno-promocyjna została podzielona na dwa etapy:

1. Etap I obejmujący kreację wizualną kampanii informacyjno-promocyjnej (projektowania graficznego logotypu i hasła, spójnej linii graficznej dla wszystkich działań wraz z księgą znaków) tzn. opracowanie wspólnej identyfikacji wizualnej (projekty) dla działań promocyjnych terenów inwestycyjnych oraz projektów materiałów informacyjno-promocyjnych oraz
2. Etap II obejmujący działania realizujące kampanię informacyjno-promocyjną, tj:

- Film promocyjny;

- Kampania internetowa (kampania banerowa w Internecie, utworzenie strony internetowej, mailing dedykowany do przedsiębiorców i biznesu);

- Kampania prasowa;

- Materiały promocyjno-informacyjne;

**-** Materiały związane z konferencją.

**Termin realizacji zlecenia**

Termin realizacji zamówienia obejmuje okres od momentu podpisania umowy do 13.09.2019 r.

Harmonogram działań realizowanych w ramach kampanii informacyjno-promocyjnej zostanie opracowany wspólnie z Wykonawcą po jego wyborze w ciągu 14 dni kalendarzowych po podpisaniu umowy. Harmonogram realizacji działań zostanie rozpisany z dokładnością co do miesiąca. Wykonawca zobowiązany jest do zaplanowania realizacji poszczególnych działań zlecenia równomiernie w czasie, w terminie realizacji zlecenia, przy czym Etap I nie może trwać dłużej niż 30 dni kalendarzowych z uwzględnieniem terminów niezbędnych do zaakceptowania proponowanych rozwiązań przez Zamawiającego. Zamawiający w ciągu trzech dni roboczych ustosunkuje się do przedstawionych projektów. Wykonawca maksymalnie w ciągu trzech dni roboczych naniesie poprawki zgodnie z sugestiami Zamawiającego.

**Etapy realizacji zlecenia**

* 1. **Etap I** - **Kreacja wizualna kampanii informacyjno-promocyjnej** tj. opracowanie wspólnej identyfikacji wizualnej (projekty) dla działań promocyjnych terenów inwestycyjnych oraz projektów materiałów informacyjno-promocyjnych.

Celem kreacji wizualnej jest stworzenie spójnego wizerunku realizowanych działań informacyjno-promocyjnych na rzecz osiągnięcia celu projektu poprzez opracowanie spójnego systemu zasad oznakowania. Tożsamość wizualna kampanii informacyjno-promocyjnej jest kluczowym elementem przyczyniającym się do efektywnej promocji produktu. Taka prawidłowość dotyczy również polityki promocji regionów. Zadaniem systemu identyfikacji wizualnej jest zwrócenie uwagi i zainteresowanie klienta daną marką.

Zadania Wykonawcy obejmują m. in.:

1. Opracowanie minimum 3 istotnie różniących się projektów znaku graficznego (logotyp kampanii informacyjno-promocyjnej), który będzie jednocześnie identyfikował markę terenów inwestycyjnych.

Ostatecznie zaakceptowany projekt logo powinien spełniać następujące wymagania techniczne:

* 1. logo w 3 wersjach: a. wielobarwna b. monochromatyczna c. achromatyczna
	2. logo w 2 formatach: a. wektorowy (SVG, CDR, AI, EPS) b. rastrowy (PNG, JPEG, PDF, TIFF, GIF, BMP)
	3. Wykonawca przekaże projekt wybranego logo w formie elektronicznej oraz w formie kompletu wydruków wszystkich wersji kolorystycznych.
1. Opracowanie minimum 3 istotnie różniących się propozycji hasła reklamowego kampanii informacyjno-promocyjnej w 3 wersjach językowych (polska, angielska, niemiecka) ukazującej wizerunek Gminy Miasta Toruń i województwa kujawsko-pomorskiego jako przyjaznego miejsca do inwestowania.
2. Opracowanie spójnej linii graficznej dla wszystkich działań realizowanych w ramach kampanii informacyjno-promocyjnej. Zaproponowana linia graficzna musi być czytelna, estetyczna, nowoczesna, kreatywna i interesująca.
3. Stworzenie Księgi Znaku dla logotypu oraz hasła reklamowego kampanii informacyjno-promocyjnej.
4. Wykonawca zobowiązany jest do przedłożenia identyfikacji wizualnej w postaci Księgi Znaku, zawierającej co najmniej wymienione poniżej elementy:
5. Wprowadzenie, zawierające resume idei identyfikacji wizualnej;
6. Logotyp w wersji językowej polskiej, angielskiej, niemieckiej, zawierający:
	1. znak graficzny
	2. znak graficzny wraz z wkomponowaną nazwą
7. Wersje minimalne znaku
8. Kolorystyka:
	1. Wersje kolorystyczne
	2. Wersja monochromatyczna
	3. Wersja achromatyczna
	4. Prezentacje na różnych tłach
9. Wersje logotypu:
	1. znak na siatce modułowej
	2. grawer
10. Typografia
11. Konstrukcja logotypu
12. Pole ochronne
13. Przykłady błędnego użycia
14. Logotyp wśród innych znaków.

Wytyczne w zakresie przygotowania autorskiego (wstępnego) projektu logotypu i hasła:

Logotyp ma podkreślać gospodarczy charakter regionu kujawsko-pomorskiego. Pożądane skojarzenia dla budowy wizerunku terenów inwestycyjnych to: przedsiębiorczość, nowoczesność, otwartość, dynamika, odwaga, gospodarność.

Ponadto projekty muszą odnosić się do potencjału gospodarczego regionu, być kojarzone z Województwem Kujawsko-Pomorskim oraz wpisywać się w dokumenty strategiczne.

Logotyp i hasło ma być:

1. proste i uniwersalne – logotyp i hasło będzie funkcjonowało przez dłuższy czas, Zamawiający planuje, wykorzystać w przyszłości logotyp i hasło do realizacji innych kampanii promujących inne tereny inwestycyjne
2. funkcjonalne – łatwe do zastosowania na różnych formach promocji i reklamy
3. przejrzyste – wszystkie elementy logotypu, hasła powinny być czytelne zarówno na jasnym, jak i ciemnym tle oraz w małym i dużym formacie
4. nowoczesne i lekkie
5. czytelne dla odbiorców obcojęzycznych
6. niepowtarzalne – nie może nawiązywać do logotypów, haseł innych terenów inwestycyjnych.

Dodatkowe informacje:

* Projekt logotypu, hasła oraz późniejszy system identyfikacji wizualnej powinien pozwalać na wszechstronne zastosowanie – zarówno w materiałach informacyjnych, promocyjnych, jak i biurowych.
* Projekt logotypu, hasła oraz system identyfikacji powinien pozwalać na łatwą adaptację logotypu, hasła w różnych miejscach ekspozycji, tj. na targach gospodarczych, inwestycyjnych, czy wystawach.
	1. **Etap II – Realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej w ramach zlecenia**
		1. **Film promocyjny**

Ideą filmu będzie pokazanie m.in. walorów terenów inwestycyjnych, potencjału inwestycyjnego województwa kujawsko-pomorskiego. Film ma być elementem Kampanii przedstawiającej tereny inwestycyjne jako atrakcyjne miejsce, umożliwiające prowadzenie działalności gospodarczej oraz inwestycje.

Celem produkcji filmowej jest multimedialna prezentacja oferty terenów inwestycyjnych na targach, konferencjach, spotkaniach bezpośrednich z inwestorami, tj. wszelkiego rodzaju imprezach promujących tereny inwestycyjne oraz promocja w Internecie. Film reklamowy powinien pozostawać spójny z pozostałymi narzędziami marketingowymi i reprezentować ten sam system znaków identyfikacji wizualnej.

Zadania Wykonawcy obejmują m. in.:

1. Opracowanie scenariusza filmu promocyjnego, uzyskanie akceptacji Zamawiającego.
2. Film promocyjny podlega akceptacji Zamawiającego, na każdym etapie jego realizacji. Harmonogram określający zakres prac zostanie opracowany po wyborze Wykonawcy.
3. Przedstawienie propozycji planów zdjęciowych. Ostateczny wybór planów zdjęciowych (dokumentacja zdjęciowa) musi uzyskać akceptację Zamawiającego.
4. Kompleksowa realizacja filmu (m.in. realizacja zdjęć, udźwiękowienie, montaż, przygotowanie tekstu, oprawa graficzna).
5. Odbiór filmu nastąpi podczas kolaudacji w terminie określonym w harmonogramie. W kolaudacji udział wezmą przedstawiciele Zamawiającego i Wykonawcy. Odbiór nastąpi poprzez:

- dokonanie merytorycznej i artystycznej oceny filmu promocyjnego;
- wydanie decyzji o jego przyjęciu lub określeniu poprawek i terminu ich wdrożenia.

1. Dostarczenie gotowego filmu promocyjnego.
2. Ponadto Wykonawca dostarczy ostateczną wersję filmu promocyjnego w wersji bezstratnej (w najlepszej jakości) – do późniejszej konwersji i obróbki.
3. Wykonawca przekaże Zamawiającemu około 30 oryginalnych ujęć lotniczych lub z drona w formacie umożliwiającym montaż.

Wytyczne do zrealizowania filmu promocyjnego:

1. Opracowanie scenariusza filmu promocyjnego, produkcja, postprodukcja (3 wersje językowe: j. polski, j. angielski i j. niemiecki - native speaker). Ponadto Wykonawca przygotuje dwie wersje filmu: jedną z napisami, a drugą z lektorem.
2. Czas trwania: 3-7 minut.
3. Rozdzielczość: Full HD.
4. Dobór ścieżki dźwiękowej i wybór lektora (Zamawiający otrzyma wcześniej do wyboru propozycje ścieżki dźwiękowej i głosy lektorów), udźwiękowienie: dolby digital (5.1).
5. Dynamiczny, nowoczesny montaż z wykorzystaniem ujęć lotniczych lub z drona pokazujących potencjał gospodarczy, inwestycyjny regionu ze szczególnym zobrazowaniem możliwości realizacji inwestycji na terenach w formie krótkich animacji 3D.
6. Dodatkowo minimum 20 zdjęć (ujęć lotniczych lub z drona) terenu inwestycyjnego zlokalizowanego przy ul. Gen. W. Andersa w Toruniu. Wymagane są zdjęcia wysokiej jakości technicznej oraz estetycznej (nadające się do wydruku).
7. Format przygotowania plików: pliki w formacie umożliwiającym emisję filmu w telewizji (w dowolnej stacji telewizyjnej), podczas spotkań/konferencji, w trakcie udziału w targach jako wystawca; na nośniku DVD, USB do dystrybucji bezpośredniej, a także plik w formacie umożliwiającym umieszczenie prezentacji na stronach www (m.in. MOV, MP4, AVI oraz MPEG-2/4) oraz na płycie Blu-ray (2 sztuki).
8. Format odtwarzania: typ kompresji: H264, MPEG4, MPEG2, AVI, klatek na sekundę: 25 bez
przeplotu, rozdzielczość: 1920x1080P, format: 16:9, bitrate: od 10Mbps do 25Mbps.
	* 1. **Kampania internetowa**

**3.2.2.1 Kampania banerowa**

Kampania banerowa jest najbardziej popularną formą marketingu internetowego o dużym zasięgu, która umożliwia dotrzeć z ofertą inwestycyjną do ogromnej liczby odbiorców. Ma zachęcić internautów-przedsiębiorców MŚP do kliknięcia, a w efekcie do przejścia na stronę właściciela terenów inwestycyjnych i zapoznania się z jego ofertą inwestycyjną posiadanych terenów przeznaczonych pod działalność gospodarczą oraz z potencjałem gospodarczym regionu.

Kampania banerowa w Internecie ma być sprofilowana na przedsiębiorców za pomocą portali internetowych o zasięgu regionalnym i ogólnopolskim.

Zadania Wykonawcy obejmują m. in.:

1. Wykonawca zobowiązuje się przygotować materiały do wykorzystania na stronach internetowych (banery internetowe), spójne z pozostałymi działaniami kampanii informacyjno-promocyjnej prowadzonymi w Internecie oraz z pozostałymi działaniami informacyjno-promocyjnymi. Banery muszą być przygotowane według 2 wzorów wizualno-graficznych wraz z treścią, opracowanych przez Wykonawcę, według wytycznych Zamawiającego.
2. Wykonawca zapewni poszerzenie reklamy banerowej o działania uzupełniające wspierające kampanię banerową innymi nośnikami reklamy internetowej. Jako elementy uzupełniające powinny zostać wykorzystane działania reklamy kontekstowej na ww. serwisach oraz wykorzystane powinny zostać takie działania jak publikacja artykułów sponsorowanych.
3. Wykonawca musi zaproponować koncepcję niniejszego zadania spójną z założeniami i celami całej Kampanii promocyjnej. Zawartość koncepcji podlega akceptacji Zamawiającego.
4. Wykonawca musi zapewnić, aby wszystkie elementy niniejszego działania były spójne wizerunkowo (na każdym portalu i dla każdej formy reklamy).
5. Wykonawca zobowiązany jest odpowiadać za obsługę techniczną zadania.
6. Wykonawca w swoich działaniach zobowiązuje się przestrzegać zasad obowiązujących na poszczególnych serwisach oraz nie podejmować działań nieetycznych w celu zwiększenia liczby użytkowników poszczególnych profili.
7. Wykonawca przedłoży Zamawiającemu printscreen ze strony/stron na której zostało zamieszczone ogłoszenie wraz z raportem ilości wyświetleń, przedział czasowy emisji i liczba kliknięć.

Wytyczne do zrealizowania kampanii banerowej:

Reklamy banerowe w formacie nie mniejszym niż 750x200 px lub reklamy banerowe w formacie nie mniejszym niż 300x250 px lub reklamy banerowe w formacie nie mniejszym niż 468x60px,.

Publikacja banerów reklamowych na minimum 1 internetowym portalu sprofilowanym na przedsiębiorców - inwestorów, 4 emisje trwające 30 dni. Minimalna łączna liczba odsłon banerów 300 000 dla 750x200 px lub 400 000 dla mniejszych banerów wymienionych powyżej. Odsłony muszą zostać potwierdzone zewnętrznym narzędziem monitorującym.

Banery/reklamy mają umożliwiać przeniesienie użytkowników na stronę www terenów inwestycyjnych.

Reklama banerowa powinna wykorzystywać ustalone elementy identyfikacji wizualnej tj. logotyp, hasło kampanii.

Reklama powinna być ciekawa, przykuwająca uwagę internautów zachęcająca do bliższego zapoznania się z ofertą.

**3.2.2.2 Strona internetowa**

Dla potrzeb promocji wybranych terenów inwestycyjnych przewidziane jest stworzenie dedykowanej strony internetowej. Utworzona strona internetowa ma na celu prezentowanie terenów inwestycyjnych.

Zadania Wykonawcy obejmują m. in.:

1. Zakup usługi obejmującej m.in. wykonanie kreacji graficznej serwisu www, implementację projektu graficznego, implementację rozwiązań programistycznych.
2. Udostępnienie modułów do aktualizacji treści do strony.
3. Przygotowanie treści strony pod 3 wersje językowe (polska, angielska, niemiecka).
4. Dodawanie lub usuwanie podstron.
5. Dodawanie treści do podstron.
6. Spacer wirtualny (np. Street View – Google Maps) po terenach inwestycyjnych, Parku Technologicznym, regionie, wirtualna panorama.
7. Zamieszczenie na stronie internetowej filmu promocyjnego.
8. Przed uruchomieniem serwisu Wykonawca udostępni Zamawiającemu do akceptacji treści i grafiki, wersję testową strony. Przed opublikowaniem zaakceptowanej przez Zamawiającego strony, zostaną przeprowadzone niezbędne testy funkcjonalności. Okres testowy będzie trwał minimum 10 dni roboczych.
9. Wykonawca będzie udzielał odpowiedzi drogą mailową na wszystkie zapytania dotyczące serwisu. Odpowiedź musi nastąpić w ciągu 48 godzin od otrzymania zapytania (z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy), przez cały okres testowy oraz przez 2 miesiące od uruchomienia serwisu, a także w ciągu 72 godzin (z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy) podczas realizacji umowy.
10. Wykonawca usunie wszelkie znalezione wady ujawnione w trakcie fazy testowej oraz po uruchomieniu serwisu w ustalonym terminie, jednak nie później niż do 5 dni roboczych od ich zgłoszenia.
11. W przypadku tworzenia na potrzeby serwisu specyficznych dodatków lub komponentów, Wykonawca zapewni bezpłatne wprowadzanie wszelkich poprawek bezpieczeństwa do wykonanych elementów przez cały okres realizacji zlecenia.
12. Wykonawca oddaje gotowy serwis oraz gwarantuje jego utrzymanie i poprawność działania przez czas trwania umowy.
13. Wykonawca udzieli Zamawiającemu gwarancji na okres 12 miesięcy licząc od daty zakończenia umowy.

Wytyczne do wykonania strony internetowej

1. Wymagane jest aby strona internetowa działała w następującym środowisku:

System operacyjny – CentOS

Oprogramowanie serwera WWW

* 1. PHP 7.2 lub nowszy
	2. MariaDB 10.0 lub nowszy
	3. Nginx z mod\_rewrite
	4. Obsługa HTTPS
1. Strona internetowa ma być oparta o CMS na licencji open source, wymagany jest Wordpress.
2. Strona musi prawidłowo wyświetlać się w następujących przeglądarkach: Google Chrome, Mozilla FireFox, Microsoft Internet Explorer, Opera, Microsoft Edge, Safari.
3. Strona ma być zoptymalizowana pod wyszukiwarki internetowe (SEO).
4. Strona internetowa zostanie zainstalowana na wskazanym przez Zamawiającego serwerze (po uprzednim skonsultowaniu parametrów serwera z Wykonawcą).
5. Obowiązujący format kodowania znaków w bazie danych i szablonie serwisu to UTF-8.
6. Wszystkie adresy internetowe w obrębie serwisu WWW muszą zostać ujęte w formie tzw. przyjaznych linków URL (ang. clean/friendly URL).
7. Wymagane jest, aby każde logowanie do panelu administracyjnego portalu odbywało się z wykorzystaniem algorytmu szyfrowania nie niższym niż AES-128 i zastosowaniem protokołu TLS 1.2 lub nowszej wersji.
8. Pliki graficzne użyte do stworzenia strony internetowej należy przekazać Zamawiającemu w następujących formatach: jpg, png, cdr, eps, pdf.
9. Strona zostanie wykonana w oparciu o standardy HTML 5 i CSS 3, które zapewnią poprawne wyświetlanie na urządzeniach mobilnych.
10. Strona musi być responsywna – RWD (ang. Responsive Web Design), jej wygląd ma się dopasować do ekranu, na którym jest wyświetlana. Strona ma być czytelna od małych rozdzielczości 320px (urządzenia mobilne) do dużych rozdzielczości 4096px.
11. Na głównej stronie serwisu musi być możliwe dodanie okna z materiałem filmowym
z serwisów takich jak YouTube, Vimeo.
12. Strona powinna pozwalać na wypełnienie przez klienta formularza kontaktowego oraz przesłanie jego treści na wskazany adres email oraz do bazy danych na serwerze. Formularz powinien zostać zabezpieczony przed spamem, np. poprzez kod weryfikujący.
13. Strona będzie zawierać m.in.:
	1. dane kontaktowe do osób zajmujących się obsługą inwestora
	2. informacje o podstawowych walorach ekonomicznych regionu
	3. odnośniki do stron inwestorów już działających na danym terenie
	4. odnośniki do stron instytucji centralnych wspierających inwestorów
	5. multimedialną prezentację wizerunkową regionu
	6. materiały promocyjne do pobrania w pdf w 3 wersjach językowych.
14. Strona powinna zbierać statystyki np. Google Analytics.
15. Zakup domeny i hosting po stronie Zamawiającego.

**3.2.2.3 Mailing dedykowany bezpośrednio do przedsiębiorców i biznesu**

Mailing – dedykowany bezpośrednio do przedsiębiorców i biznesu (do minimum 25 tysięcy subskrybentów) obejmujący przygotowanie grafiki, treści oraz landing page. Testy A/B i optymalizacja komunikacji marketingowej. Analiza skuteczności wraz z raportem.

Powyższe zadanie umożliwi bezpośrednie dotarcie z ofertą inwestycyjną do wyznaczonej grupy docelowej.

Zadania Wykonawcy obejmują m. in.:

1. Przygotowanie minimum 2 projektów graficznych mailingu wraz z treścią.
2. Przeprowadzenie testów A/B i optymalizacja komunikacji marketingowej.
3. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu listę mailingową do akceptacji.
4. Wykonanie analizy skuteczności wraz z raportem.
5. Adaptacja projektu układu graficznego przygotowanego przez Wykonawcę do wymogów technicznych wysyłki listu poczty elektronicznej.
6. Liczba odbiorców: wysyłka do co najmniej 25.000 różnych aktywnych adresów mailowych.

Wytyczne do zrealizowania mailingu

1. Usługę mailingu należy wykonać minimum 2 razy w okresie realizacji kampanii informacyjno-promocyjnej.
2. Wysyłka mailingu powinna być zrealizowana za pośrednictwem narzędzia dedykowanego do komercyjnej korespondencji masowej, umożliwiającego prawidłowe wyświetlenie mailingu HTML na kontach pocztowych różnych adresatów oraz na różnych przeglądarkach, również w wersji mobilnej. Bazy mailingowe muszą być pozyskane zgodnie z obowiązującym prawem.
	* 1. **Kampania prasowa**

Kampania prasowa obejmuje opracowanie graficzne reklam prasowych oraz umieszczenie reklamy/publikacji:

* + - 1. w prasie o zasięgu regionalnym w dziale/dodatku poświęconym nieruchomościom, gospodarce lub biznesowi,
			2. w prasie o zasięgu ogólnopolskim w dziale/dodatku poświęconym nieruchomościom, gospodarce lub biznesowi,
1. w prasie branżowej poświęconej nieruchomościom, gospodarce, biznesowi lub inwestycjom.

Celem umieszczenia publikacji/reklamy w prasie jest dotarcie z informacją o ofercie inwestycyjnej Zamawiającego do zainteresowanych stron.

Zadania Wykonawcy obejmują m. in.:

1. Opracowanie graficzne minimum 2 reklam prasowych zgodnie z wytycznymi Zamawiającego oraz zaplanowanie terminów publikacji/reklamy w prasie. Wykonawca musi uzyskać akceptację terminów publikacji reklamy przez Zamawiającego.
2. Copywriting tj. napisanie tekstów do publikacji. Teksty powinny być napisane prostym i zrozumiałym językiem przy jednoczesnym zachowaniu informacyjnego charakteru. Styl i język tekstów musi być dostosowany do specyfiki publikacji. Wykonawca przedłoży do akceptacji propozycję treści.
3. Emisja reklam/publikacji w prasie o zasięgu regionalnym w dziale/dodatku poświęconym nieruchomościom, gospodarce lub biznesowi, w prasie o zasięgu ogólnopolskim w dziale/dodatku poświęconym nieruchomościom, gospodarce lub biznesowi, w prasie branżowej poświęconej nieruchomościom, gospodarce, biznesowi lub inwestycjom w terminach ustalonych z Zamawiającym.
4. Wykonawca przedłoży Zamawiającemu egzemplarz prasy, w której miała miejsce publikacja.

Wytyczne do zrealizowania kampanii prasowej:

Łączna ilość emisji reklam/publikacji: 8 sztuk, druk kolorowy, format reklamy: każda publikacja/reklama minimum 2 strony (4 reklamy/publikacje w prasie o zasięgu regionalnym i 4 reklamy/publikacje w prasie o zasięgu ogólnopolskim).

Treść każdej publikacji/reklamy musi być inna.

Dobór mediów powinien zapewnić równomierne dotarcie z przekazem do grupy docelowej oraz osiągnięcie celów kampanii informacyjno-promocyjnej.

Dobór mediów przez Wykonawcę wymaga akceptacji Zamawiającego.

Wykonawca powinien wziąć pod uwagę możliwość umieszczenia w treści materiałów reklamowych QR Code, które będą kierować odbiorców reklamy do strony internetowej terenów inwestycyjnych.

* + 1. **Materiały promocyjno-informacyjne**

Materiały promocyjne to ważny element zaplanowanej kampanii informacyjno-promocyjnej, który pełni rolę informacyjną i handlową. Zaprojektowane i wykonane materiały wykorzystywane będą w bezpośrednim kontakcie z inwestorem, czyli spotkaniach biznesowych, w działaniach projektowych i innych. Ich istotą jest przekonanie inwestorów do zapoznania się z ofertą inwestycyjną Zamawiającego i województwa kujawsko-pomorskiego.

Zadania Wykonawcy obejmują m. in.:

Opracowanie minimum 2 projektów każdego z materiałów informacyjno-promocyjnych, tj. folderu, ulotki, broszury, roll-up, teczki kartonowej, wizytówek.

Copywriting tj. opracowanie tekstów. Teksty powinny być napisane prostym i zrozumiałym językiem przy jednoczesnym zachowaniu informacyjnego charakteru. Styl i język tekstów musi być dostosowany do specyfiki publikacji tj. nie może być zbytnio oficjalny i urzędowy. Wykonawca może opracować tekst poszczególnych materiałów informacyjno-promocyjnych na podstawie samodzielnie pozyskanych informacji (ze wskazaniem źródła danych) oraz na podstawie treści przekazanych przez Zamawiającego.

Projekty powinny zawierać zdjęcia, do których Wykonawca posiada pełnię praw autorskich lub wykonane przez siebie, ale również elementy graficzne, tabele, wykresy i inne niezbędne do prezentacji atrakcyjności inwestycyjnej regionu i terenów inwestycyjnych.

Wykonawca przedłoży do akceptacji Zamawiającego propozycję treści i grafiki drogą elektroniczną.

Zamawiający zastrzega sobie prawo weryfikacji tekstów, żądania poprawy lub opracowania tekstu od nowa (jeżeli jego poprawienie nie będzie możliwe lub tekst będzie poprawiany więcej niż trzy razy), o czym decyduje Zamawiający. Wykonawca ma obowiązek uwzględnić wszystkie uwagi Zamawiającego.

Ostateczny układ publikacji podlega zatwierdzeniu przez Zamawiającego.

Wykonawca powinien zapewnić we własnym zakresie zgodę na posługiwanie się danymi osobowymi, wizerunkiem opisywanych/fotografowanych osób, a także fotografii obiektów, makiet, itp.

Zadaniem Wykonawcy będzie wykonanie komputerowego składu i łamania oraz przygotowanie do druku w zakresie:

* profesjonalnej redakcji i korekty technicznej i stylistyczno-językowej tekstów
* profesjonalnej adjustacji stylistyczno-językowej oraz korekty wszystkich tekstów publikacji, po naniesieniu uwag Zamawiającego
* w przypadku, gdy w wyniku weryfikacji materiału po składzie okaże się, że Wykonawca nie uwzględnił zmian, Zamawiający może żądać dokonania dodatkowego składu przed ostateczną akceptacją
* przekazanie pliku gotowego do wydruku w formie PDF oraz otwartych plików składu na płycie CD/DVD/dysku zewnętrznym USB
* przygotowanie i przekazanie wersji elektronicznej publikacji w formacie PDF, którą będzie można zamieścić w Internecie
* przekazanie tekstów w wersji polskiej, angielskiej, niemieckiej w formacie .doc i .rtf .
1. Folder, broszura, ulotka powinny zawierać formy uatrakcyjnienia tekstu, np. wykorzystanie różnych technik graficznych jak zwiększanie lub pogrubianie czcionki poszczególnych słów lub części tekstu, ujmowanie tekstu w ramki, nabłyszczanie (lakier UV) elementów tekstu, itp.
2. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu próbki papierów, które zamierza wykorzystać do produkcji materiałów informacyjno-promocyjnych.
3. Po dokonaniu druku materiałów promocyjno-informacyjnych Wykonawca będzie zobowiązany do dostarczenia ich do siedziby Zamawiającego: ul. Włocławska 167, 87-100 Toruń.

Wytyczne do wykonania materiałów informacyjno-promocyjnych:

Na materiały informacyjno-promocyjne składają się druki w trzech wersjach językowych (język polski, język angielski i język niemiecki) takie jak: foldery, ulotki, broszury, teczki kartonowe, wizytówki.

* 1. **folder**
* format: 4 strony, A4, dwustronna, 4+4, lakier UV, wybiórcze tłoczenia
* papier: kreda min. 300g
* druk: 500 sztuk
	1. **ulotka**
* format: składana na 3, DL, dwustronna, 4+4, lakier UV
* papier: kreda min. 170g
* druk: 1000 sztuk
	1. **broszura**
* format: 210x210, oprawa zeszytowa – szyta, 16 stron, okładka kreda min. 300g, pełny kolor, folia mat, lakier UV, wybiórcze tłoczenie, środek kreda min. mat 170g, 4+4;
* broszura musi posiadać kieszeń na materiały promocyjne oraz nacięcie na wizytówkę
* druk: 2000 sztuk
	1. **teczka kartonowa**
* teczka musi posiadać kieszeń na materiały promocyjne oraz nacięcie na wizytówkę;
* format: A4, z gumką, 4+4, z wybiórczym lakierowaniem UV
* papier: karton min. 300g
* druk: 1000 sztuk
	1. **wizytówka**
* format: 90mm x 50mm, dwustronne, 4+4, papier: kreda mat min. 300g + folia mat
* druk: 600 sztuk
	1. **roll-up**
* format: 150 cm x 200 cm
* system reklamowy z rozwijaną grafiką chowaną w kasecie aluminiowej, pakowany w futerał (torbę transportową)
* ilość: 4 sztuki (3 sztuki w języku polskim, 1 sztuka w języku angielskim).

3.2.5 Materiały dotyczące organizacji konferencji

Zamawiający zorganizuje w ramach projektu 2 konferencje skierowane do potencjalnych inwestorów - przedsiębiorstw z sektora MŚP. Podczas konferencji prezentowane będą tereny inwestycyjne, potencjał gospodarczy regionu oraz promowane same województwo jako przyjazne Inwestorowi w sferze tworzenia przestrzeni inwestycyjnych, a także zaplecza infrastrukturalnego dla rozwoju przedsiębiorczości, rola parków przemysłowych w rozwoju przedsiębiorczości w regionie itd. Celem umieszczenia reklamy w prasie o zasięgu regionalnym jest dotarcie z informacją o wydarzeniu do zainteresowanych stron.

* + - 1. Ogłoszenia w prasie

Zadania Wykonawcy obejmują m. in.:

1. Opracowanie graficzne minimum 2 ogłoszeń prasowych wraz z treścią, zgodnie z wytycznymi Zamawiającego.
2. Copywriting tj. opracowanie tekstów do ogłoszeń.
3. Emisja ogłoszeń w prasie o zasięgu regionalnym, w dodatku/dziale poświęconym nieruchomościom, gospodarce lub biznesowi w terminach ustalonych z Zamawiającym.
4. Ilość emisji ogłoszeń: 4 sztuki, format ogłoszenia: minimum ¼ strony, druk kolorowy.
5. Projekt graficzny i treść ogłoszenia zostaną przedstawione do akceptacji Zamawiającego.
6. Wykonawca przedłoży Zamawiającemu egzemplarz prasy, w której miała miejsce publikacja (potwierdzenie opublikowania ogłoszeń w prasie).
	* + 1. Zaproszenia na konferencję

Zadania Wykonawcy obejmują m. in.:

1. Opracowanie minimum 2 projektów zaproszenia
2. Copywriting tj. opracowanie tekstu na zaproszenie
3. Projekt graficzny i treść zaproszenia zostaną przedstawione do akceptacji Zamawiającego.
4. Format: 4 strony, DL (dwustronna, pełny kolor), lakier UV
5. Papier: kreda min. 300g
6. Druk: 500 sztuk
7. Wykonawca dostarczy zaproszenia do siedziby Zamawiającego: ul. Włocławska 167, 87-100 Toruń.

**ZLECENIE nr 2**

**dla Gminy Nakło nad Notecią**

Cena oferty za Zlecenie nr 2 nie może przekroczyć kwoty brutto: 383.700,00 zł,

w przeciwnym razie oferta podlegać będzie odrzuceniu jako niezgodna z SIWZ.

**Zamawiający:**

**Gmina Nakło nad Notecią, ul. Ks. Piotra Skargi 7, 89-100 Nakło nad Notecią, NIP: 558-176-86-32**

Przedmiot zlecenia

Termin realizacji zlecenia

Realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej w ramach zlecenia

3.1 Film promocyjny

3.2 Kampania internetowa

3.3. Kampania billboardowa

3.4. Kampania prasowa

3.5. Materiały promocyjno-informacyjne

3.6. Kompleksowa organizacja konferencji

**Przedmiot zlecenia**

Przedmiotem zlecenia jest realizacja działań informacyjno-promocyjnych promujących tereny inwestycyjne położone na obszarze Gminy Nakło nad Notecią, ale także sam region kujawsko-pomorski. Podjęte przez Wykonawcę działania powinny informować o atrakcyjności inwestycyjnej, potencjale gospodarczym Gminy, województwa, aby w rezultacie skłonić przedsiębiorców z sektora MSP do zaangażowania finansowego na terenie Gminy Nakło nad Notecią. Kampania powinna składać się zarówno z działań marketingowych, jak i PR-owych, obejmować prasę oraz Internet. Zakres usługi obejmuje:

1. Film promocyjny
2. Kampanię Internetową
3. Kampanię billboardową
4. Kampanię prasową
5. Projekt, wykonanie, zakup materiałów promocyjnych
6. Kompleksową organizację konferencji.

Kampania promocyjno–informacyjna powinna nawiązywać wizualnie do kampanii przeprowadzonej przez Gminę Nakło nad Notecią w roku 2015.

**Termin realizacji zlecenia**

Zamawiający wymaga wykonania zmówienia w okresie od dnia podpisania umowy do dnia 13.09.2019 r. Należy zwrócić uwagę, iż pewne działania z zakresu promocji będą wykonywane zarówno w roku 2018 jak i 2019.

Ramowy harmonogram wykonania zamówienia

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nazwa działania**  | **Rok 2018**  | **Rok 2019**  |
| **I. Film promocyjny**  | e.1. - czerwiec | *nie dotyczy*  |
| e.2. - lipiec – sierpień  |
| **II. Kampania internetowa**  |
| **a) spacer wirtualny / panorama wirtualna** | e.1. - czerwiec | *nie dotyczy*  |
| e.2. - lipiec - sierpień |
| **b) reklamy graficzne** | e.1. - czerwiec-lipiec | e.1. - styczeń - luty |
| e.2. - lipiec - listopad | e.2. - marzec - sierpień |
| **c) Mailing**  | e.1. - lipiec - sierpień | e.1. - styczeń - marzec |
| e.2. - wrzesień - październik | e.2. - kwiecień - czerwiec |
| **III. Kampania bilboardowa**  | e.1. - czerwiec-lipiec  | *nie dotyczy*  |
| e.2. - lipiec - sierpień  |
| **IV. Kampania prasowa**  | e.1. - lipiec - sierpień  | e.1. - luty - marzec |
| e.2. - wrzesień - październik | e.2. - kwiecień - czerwiec |
| **V. Projekt, wykonanie, zakup materiałów promocyjnych**  | e.1. - lipiec-sierpień | e.1. - styczeń - marzec |
| e.2. - wrzesień - grudzień | e.2. - kwiecień - sierpień |
| **VI. Kompleksowa organizacja konferencji**  | e.1. - lipiec - sierpień | e.1. - styczeń - luty |
| e.2. - wrzesień - listopad | e.2. - kwiecień - maj |
|  |   |   |
| e.1. - (etap) przygotowanie / opracowanie treści materiałów promocyjnych  |
| e.2. - (etap) realizacja / wykonanie  |

Rozpoczęcie prac związanych z kampanią promocyjno – informacyjną przewidziane jest na II kwartał 2018 r., w przypadku opóźnień wynikających z przedłużającej się procedury przetargowej, termin rozpoczęcia zostanie przesunięty.

Harmonogram działań realizowanych w ramach kampanii informacyjno-promocyjnej zostanie opracowany wspólnie z Wykonawcą po jego wyborze w ciągu 14 dni kalendarzowych po podpisaniu umowy.

**Realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej w ramach zlecenia**

**3.1 Film promocyjny**

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa usługi  | Opis  |
| Film promocyjny |
| Film promocyjny terenów inwestycyjnych (wykonanie usługi: 2018 r.) | Opracowanie i wykonanie filmu promocyjnego terenów inwestycyjnych w sposób umożliwiający umieszczenie gotowego materiału na stronach internetowych Zamawiającego, emisji w telewizji oraz emisji podczas spotkań/konferencji dla potrzeb promocji terenów inwestycyjnych (pliki w odpowiednim formacie, zgodnie z przeznaczeniem) oraz dystrybucji bezpośredniej na płytach DVD/USB. 1. przygotowanie minimum dwóch koncepcji/scenariuszy filmu promocyjnego,
2. po akceptacji Zamawiającego produkcja filmu oraz post produkcja.

Technologia (opis wykonania): film w standardzie FullHD; dynamiczny, nowoczesny montaż z wykorzystaniem ujęć lotniczych; czas trwania od 4 do 6 minut, Wykonawca zapewni ścieżkę dźwiękową oraz profesjonalnego lektora; Wykonawca zapewni pełne prawa autorskie Zamawiającemu; wersja językowa: polska, angielska, sposób dostawy: pliki w odpowiednim formacie na płycie CD/DVD; dodatkowo na płycie Wykonawca dołączy 20-30 zdjęć – ujęć lotniczych. Po opracowaniu i wykonaniu filmu promocyjnego należy umieścić go na istniejącej stronie internetowej, wskazanej przez Zamawiającego. |

**3.2. Kampania internetowa**

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa usługi | Opis |
| Kampania internetowa |
| Spacer wirtualny / panorama wirtualna(wykonanie usługi: 2018 r.) | Panoramiczne widoki z poziomu ulic parku przemysłowego typu „street view”. Po opracowaniu oraz wykonaniu spaceru wirtualnego należy zamieścić go na istniejącej stronie internetowej wskazanej przez Zamawiającego.  |
| Reklamy graficzne (wykonanie usługi: 2018 r. i 2019 r.) | Usługa polegająca na opracowaniu oraz wykonaniu reklam graficznych, a także emisji na stronach internetowych (np. metropoliabydgoska.pl lub bydgoszcz.tvp.pl). Reklamy graficzne winne być wyświetlane np. na portalach społecznościowych, blogach, forach, a także w youtube o tematyce biznesowej związanej z terenami inwestycyjnymi, parkami przemysłowymi, parkami technologicznymi lub na konkretne słowa kluczowe. Przygotowanie minimum 3 projektów graficznych reklamy. Wzór projektów do akceptacji Zamawiającego. Rodzaje reklamy np. button, box śródtekstowy lub skyscraper lub inne zaproponowane przez Wykonawcę. Emisja minimum dwóch reklam, na dwóch różnych portalach internetowych przez okres min. 6 miesięcy w roku 2018 i 2019. Ponadto, gotowe reklamy należy dostarczyć na płycie CD/DVD w celu możliwości dalszej publikacji przez Zamawiającego.Wykonawca udokumentuje poprzez zrzuty z ekranu fakt pojawienia się reklam i liczbę odsłon na portalach internetowych. Usługę „reklamy graficzne” należy wykonać w roku 2018, a także 2019.Wykonawca będzie odpowiedzialny za opracowanie copywriterskie, merytoryczne, opracowanie graficzne reklam i publikacji oraz zlecenie emisji materiałów. Publikacje, reklamy i artykuły powinny być urozmaicone zdjęciami i/lub infografikami przygotowanymi przez Wykonawcę. W ramach zamówienia Wykonawca zobowiązany jest do dostosowania wykonanych projektów do emisji na portalach internetowych. |
| Mailing (wykonanie usługi: 2018 r. i 2019 r.) | Mailing dedykowany bezpośrednio do przedsiębiorców i biznesu (do 50 tys. subskrybentów). Przygotowanie minimum dwóch projektów graficznych mailingu wraz z treścią oraz landing page, testy A/B, optymalizacja komunikacji marketingowej. Projekty graficzne muszą być zaakceptowane przez Zamawiającego. Usługę „mailing” należy wykonać w roku 2018 i 2019. Analiza skuteczności wraz z raportem. |

* 1. **Kampania billboardowa**

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa usługi | Opis |
| Kampania billboardowa(wykonanie usługi: 2018 r.) | 1. Opracowanie minimum 3 projektów graficznych reklamy billboardowej, do wyboru i akceptacji Zamawiającego,
2. Dostawa oraz montaż trzech reklam (3 różne lokalizacje na terenie gminy, wskazane przez Zamawiającego):
* I tablica jednostronna o rozmiarach 600 x 300 cm,
* II tablica w kształcie litery V o rozmiarach 600 x 300 cm,
* III tablica dwustronna o rozmiarach 504 x 238 cm.
 |

* 1. **Kampania prasowa**

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa usługi | Opis |
| Kampania prasowa(wykonanie usługi: 2018 r. i 2019 r.) | Kreatywna kampania prasowa o zasięgu regionalnym i ogólnopolskim. Przeprowadzona w roku 2018 i 2019. 1. Opracowanie i publikacja informacji wraz z wywiadem z Burmistrzem Miasta i Gminy Nakło nad Notecią (minimum 3 strony) w dodatku / dziale poświęconym nieruchomościom, gospodarce, inwestycjom lub biznesowi w dzienniku ogólnopolskim, który nie jest tabloidem,
2. Opracowanie i publikacja informacji wraz z ofertą inwestycyjną w miesięczniku branżowym poświęconym nieruchomościom, gospodarce, inwestycjom lub biznesowi.

Wykonawca jest zobowiązany do wyboru mediów przy uwzględnieniu minimalnych wymagań Zamawiającego. Publikacje i artykuły prasowe będą zaprojektowane tak, aby dobrze integrowały się z user experience czytelnika danego tytułu prasowego. Publikacje, reklamy i artykuły prasowe powinny być medium wspierającym w kampanii. Wykonawca będzie odpowiedzialny za opracowanie copywriterskie, merytoryczne, opracowanie graficzne reklam i publikacji oraz zlecenie emisji materiałów. Publikacje, reklamy i artykuły powinny być urozmaicone zdjęciami i/lub infografikami przygotowanymi przez Wykonawcę. |

* 1. **Materiały promocyjno-informacyjne** (wykonanie usługi: 2018 r. i 2019 r.)

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa usługi | Opis |
| Zakup materiałów promocyjnych |
| Kalendarze trójdzielne  | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych kalendarza (w tym skład, dtp), akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 615 szt., Specyfikacja: format całkowity 31x81 cm, główka wypukła 31x21 cm, karton 300 g, 4+0, folia błysk, plecy 31x60 cm, karton 300 g, lakier dyspersyjny, kalendarium 28x14 cm, papier offsetowy 80 g, 2+0, pasek z okienkiem, kalendarium doklejone do placów, w kalendarzu ujęte imieniny, dostawa do Zamawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Kalendarze książkowe A5 | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych kalendarza, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 400 szt., Specyfikacja: układ tydzień na rozkładówce, papier biały, registry nadrukowane, oprawa: tworzywo skóropodobne, dostawa do Zamawiającego. Znakowanie: wykonanie matrycy tłoczenia, tłoczenie logotypów unijnych.  |
| Kalendarze książkowe A5  | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych kalendarza, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 400 szt., Specyfikacja: układ dzienny kalendarium, papier biały, registry nadrukowane, oprawa: tworzywo skóropodobne, dostawa do Zamawiającego. Znakowanie: wykonanie matrycy tłoczenia, tłoczenie logotypów unijnych.  |
| Notesy A5 z gumką  | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych notesu, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 450 szt., Specyfikacja: papier biały w kratkę standard, zapięcie na gumkę, kieszonka foliowa na wizytówkę, oprawa: tworzywo skóropodobne, dostawa do Zamawiającego. Znakowanie: wykonanie matrycy tłoczenia, tłoczenie logotypów unijnych.  |
| Notatnik na spirali A5  | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych notatnika, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 200 szt., Specyfikacja: różnokolorowe (min. 3 kolory), na spirali z plastikową okładką, około 96 kartek, kolorowe przegrody, dostawa do Zamawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Notatnik na spirali A4 | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych notatnika, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 70 szt., Specyfikacja: różnokolorowe (min. 3 kolory), na spirali z plastikową okładką, około 96 kartek, kolorowe przegrody, dostawa do Zamawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Papier firmowy A4 | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych papieru,Realizacja: 1000 szt., Specyfikacja: przygotowanie plików do druku, 4 kolory nadruku, druk, offset minimum 90 g, dostawa do Zamawiającego. Warunkiem rozpoczęcia druku jest uzyskanie akceptacji projektu graficznego od Zamawiającego.Znakowanie: wykonanie matrycy tłoczenia, logotypy unijne.  |
| Wizytówki dla 1 osoby | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych wizytówki,Realizacja: 750 szt., Specyfikacja: przygotowanie merytoryczne i graficzne wizytówki, kreda 350 g, druk dwustronny, dostawa do Zamawiającego. Warunkiem rozpoczęcia druku jest uzyskanie akceptacji projektu graficznego od Zamawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Torby papierowe  | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych torby papierowej, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 305 szt., Specyfikacja: torby papierowe laminowane, projekt, druk, format A4, folia błysk, dostawa do Zamawiającego.Znakowanie: wykonanie matrycy tłoczenia, logotypy unijne.  |
| Elegancki wizytownik  | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych wizytownika, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 139 szt., Specyfikacja: kolor: czarny i brązowy, tworzywo: skóra, mieści min. 72 wizytówki, wymiary: 125x225x20 mm, dostawa do Zamawiającego.Znakowanie: wykonanie matrycy tłoczenia, tłoczenie na spad, logotypy unijne.  |
| Ulotki DL | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych ulotki, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 400 szt., Specyfikacja: skład, przygotowanie merytoryczne i graficzne, druk, kreda 150 gr., 4+4, lakier zabezpieczający, 1:1. Wyłoniony Wykonawca może dostarczyć tylko takie zdjęcia, do których posiada pełnię autorskich praw majątkowych. Wymagane są zdjęcia wysokiej jakości technicznej oraz estetycznej. Zamawiający zastrzega sobie prawo do odrzucenia zdjęć zaproponowanych przez Wykonawcę, które nie spełniają powyższych warunków. Warunkiem rozpoczęcia druku jest uzyskanie akceptacji projektu graficznego od Zamawiającego, dostawa do Zamawiającego.Znakowanie: wykonanie matrycy tłoczenia, logotypy unijne.  |
| Ulotki A5  | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych ulotki, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 300 szt., Specyfikacja: skład, przygotowanie merytoryczne i graficzne, druk, kreda 150 gr., 4+4, lakier zabezpieczający, 1:1. Wyłoniony Wykonawca może dostarczyć tylko takie zdjęcia, do których posiada pełnię autorskich praw majątkowych. Wymagane są zdjęcia wysokiej jakości technicznej oraz estetycznej. Zamawiający zastrzega sobie prawo do odrzucenia zdjęć zaproponowanych przez Wykonawcę, które nie spełniają powyższych warunków. Warunkiem rozpoczęcia druku jest uzyskanie akceptacji projektu graficznego od Zamawiającego, dostawa do Zamawiającego.Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Folder promocyjny  | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych folderu, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 500 szt., Specyfikacja: opracowanie projektu layoutu folderu tj. projekt układu folderu oraz poszczególnych stron, copywriting tj. opracowanie tekstów do publikacji, Wykonawca opracuje zawartość merytoryczną i graficzną katalogu na podstawie samodzielnie pozyskanych informacji oraz treści przekazanych przez Zamawiającego, wszystkie teksty zamieszczone w katalogu powinny mieć charakter informacyjno-promocyjny tzn. muszą być napisane prostym i zrozumiałym językiem przy jednoczesnym zachowaniu waloru informacyjnego, oparte o rzeczywiste dane, do katalogu wyłoniony Wykonawca może dostarczyć tylko takie zdjęcia, do których posiada pełnię autorskich praw majątkowych. Wymagane są zdjęcia wysokiej jakości technicznej oraz estetycznej. Muszą być spójne z tematyką katalogu i nawiązywać to treści. Zamawiający zastrzega sobie prawo do odrzucenia zdjęć zaproponowanych przez Wykonawcę, które nie spełniają powyższych warunków, wymiary: 210x210 mm, okładka kreda 300 g, natomiast środek folderu kreda 150 g, minimum 13 stron, oprawa zeszytowa, folia matowa na całość, dostawa do Zamawiającego. Warunkiem rozpoczęcia druku jest uzyskanie akceptacji projektu graficznego od Zamawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Rollup'y | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych rollup’ów, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 2 szt., Specyfikacja: przygotowanie merytoryczne i graficzne, premium, wymiary: min. 85x210 cm, materiał baner od 225-250 g/mkw, system reklamowy z rozwijaną grafiką chowaną w solidnej kasecie aluminiowej, pakowany w futerał (torbę transportową z paskiem na ramię i rączką), dostawa do Zamawiającego. Wykonawca wykona 2 roll-up’y na podstawie 2 różnych projektów graficznych. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Szablony prezentacji  | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych prezentacji, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: min. 3 szt., Specyfikacja: opracowanie wizualizacji prezentacji (strona tytułowa z podstronami), przygotowanie prezentacji, dostawa na płycie CD/DVD do Zamawiającego.Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Szablony zaproszenia  | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych zaproszenia, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: min. 3 szt., Specyfikacja: opracowanie wizualizacji szablonów zaproszeń na różnego rodzaju okoliczności, przygotowanie zaproszeń, dostawa na płycie CD/DVD do Zamawiającego.Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Karteczki samoprzylepne | Realizacja: 300 szt., Specyfikacja: od 3 do 5 różnych kolorów, różna wielkość, dostawa do Zamawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Długopisy I | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych długopisu, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 1000 szt., Specyfikacja: długopis automatyczny, wykonany z tworzywa sztucznego w kolorze srebrnym, czarnym oraz matowego tworzywa w kolorze żółtym, niebieskim, czerwonym, zielonym, ułatwiający trzymanie, klip metalowy, długopis z niebieskim wkładem, dostawa do Zamawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Długopisy II  | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych długopisu, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 600 szt., Specyfikacja: długopis z końcówką przystosowaną do ekranów dotykowych, korpus wykonany z aluminium, skuwka z metalu, wymiary: 135x8x8 mm, laser 40x4 mm, kolory: czerwony, niebieski, żółty, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Teczki na dokumenty A4 | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych teczki, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 200 szt., Specyfikacja: teczka na dokumenty z zatrzaskiem, wykonana z plastiku, min. 3 kolory, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: wykonanie matrycy tłoczenia, tłoczenie na spad, logotypy unijne. |
| Podkładka A4  | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych podkładki, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 100 szt., Specyfikacja: podkładka A4 własnego projektu z nadrukiem po obu stronach, opracowanie projektu graficznego, wykonanie, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Elegancki zestaw: długopis i pióro  | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych zestawu, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 166 szt., Specyfikacja: metalowy długopis i pióro atramentowe (wieczne), w kolorze czarnym, białym lub szarym, w zestawie niebieski wkład, czarne eleganckie pudełko, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: pudełka, znakowanie na spad, logotypy unijne.  |
| Elegancka skórzana teczka A4 | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych teczki, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 100 szt., Specyfikacja: teczka skórzana w rozmiarze A4 (na dokumenty), kolor czarny, miejsca na długopisy i wizytówki, winna zawierać notatnik min. 30 stron, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: wykonanie matrycy tłoczenia, tłoczenie na spad, logotypy unijne. |
| Eleganckie etui na karty kredytowe  | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych etui, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 80 szt., Specyfikacja: skórzane etui na karty kredytowe, do 20 kart, w 2 kolorach: czarny i brązowy, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: wykonanie matrycy tłoczenia, tłoczenie na spad, logotypy unijne. |
| Portfel męski  | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych portfela, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 120 szt., Specyfikacja: elegancki skórzany (skóra naturalna) portfel, zamykany na zatrzask, w czarnym pudełku, wymiary: 105x85 mm, przegrody na banknoty: min. 2, kieszonki na karty: min. 4, kieszonki: min. 3, kolor: min. 2 czarny i brązowy, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: wykonanie matrycy tłoczenia, tłoczenie na spad, logotypy unijne.  |
| Portfel damski  | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych portfela, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 120 szt., Specyfikacja: elegancki skórzany (skóra naturalna) portfel, zamykany na zatrzask, w czarnym pudełku, wymiary: 190x105 mm, przegrody na banknoty: min. 2, kieszonki na karty: min. 8, kieszonki: min. 2, przezroczyste kieszonki: 1, kolor: min. 3 czarny, granatowy i czerwony, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: wykonanie matrycy tłoczenia, tłoczenie na spad, logotypy unijne.  |
| Pendrive USB 3.0 – 32 GB | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych pendrive, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 230 szt., Specyfikacja: dysk przenośny do zapisu i odczytu danych USB 3.0, bardzo szybki transfer danych do 150MB/sek., solidnie wykonana obudowa z aluminium, kompatybilny z USB 2.0, w zestawie oprogramowanie do ochrony danych (szyfrowanie), dostarczony w 3 kolorach np. niebieski, czerwony, żółty, zapakowany w pudełku, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Breloczki  | Przedstawienie min. 2 projektów graficznych breloczka, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 150 szt., Specyfikacja: prostokątne, metalowe breloczki do kluczy ze stali nierdzewnej, dostarczone w czarnym pudełku, z logiem Zamawiającego, możliwość znakowania dwustronnego, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Smycze | Przedstawienie min. 2 projektów graficznych smyczy, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 150 szt., Specyfikacja: własnego projektu poliestrowa smycz z metalowym karabińczykiem, drukowana z dwóch stron, mini. 100 cm długości, projekt graficzny, wykonanie, dostawa do Zamawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Kalkulatory | Przedstawienie min. 2 projektów graficznych kalkulatora, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 70 szt., Specyfikacja: minimalne parametry: 12 pozycyjny, 2 typy zasilania, pierwiastkowanie, obliczanie procentu, liczby, klawisz cofania ostatniej cyfry, kasowanie ostatniej pozycji, min. Wymiary: 145x145x30, kolor czarny, szary lub biały, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Podkładki pod mysz | Przedstawienie min. 2 projektów graficznych podkładki, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 40 szt., Specyfikacja: 2 wzory podkładki pod mysz do sublimacyjnego nadruku, materiał guma oraz poliester, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Składany parasol sztormowy  | Przedstawienie min. 2 projektów graficznych parasola, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 50 szt., Specyfikacja: automatycznie rozkładany i składany parasol dla dwojga osób, średnica 1230 mm, rama i żebra wykonane z włókna szklanego oraz aluminium, pałąk z metalu, wym. 1230x750x1230 mm, wiatroodporny, automatyczne otwieranie i składanie, rączka typu soft grip, wodoodporne etui z pongee, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: wykonanie matrycy tłoczenia, logotypy unijne.  |
| Eleganckie pióro  | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych pióra, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 50 szt., Specyfikacja: prosty klasyczny design, pióro posiada stalową stalówkę w rozmiarze F (cienka) i jest przystosowane do naboi atramentowych, zestaw pióro wraz z czarnym pudełkiem. Kolorystyka i wygląd przedmiotu do uzgodnienia z Zamawiający, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Zakreślacze mix kolorów  | Realizacja: 50 szt., Specyfikacja: zestaw od 4 szt. do 8 szt. zakreślaczy, o różnych kolorach, gr. końcówki 5 mm, grubość linii 2-5 mm, rodzaj: permanentny, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Mapa I | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych mapy,Realizacja: 5 szt., Specyfikacja: format A0, mapa do powieszenia na ścianę, jednostronna przedstawiająca lokalizację (umiejscowienie) parku przemysłowego w skali powiatu (wraz z odpowiednią legendą) oraz ujęcia terenów inwestycyjnych z lotu ptaka, papier min. gramatura 200, papier matowy, mapa wzmocniona listwami plastikowymi, projekt graficzny mapy, wykonanie, dostawa do Zmawiającego. Wyłoniony Wykonawca może dostarczyć tylko takie zdjęcia, do których posiada pełnię autorskich praw majątkowych. Wymagane są zdjęcia wysokiej jakości technicznej oraz estetycznej. Zamawiający zastrzega sobie prawo do odrzucenia zdjęć zaproponowanych przez Wykonawcę, które nie spełniają powyższych warunków. Warunkiem rozpoczęcia druku jest uzyskanie akceptacji projektu graficznego od Zamawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Mapa II | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych mapy,Realizacja: 400 szt., Specyfikacja: mapa dwustronna, na jednej stronie mapa parku przemysłowego zaś z drugiej opis terenów inwestycyjnych wraz z lokalizacją (umiejscowieniem) parku przemysłowego w skali powiatu, format B1, papier G-print 90 g, druk 4+4, szczegóły co do zdjęć, treści, kolorystyki należy ustalić indywidualnie z Zamawiającym, opis mapy w min. dwóch wersjach językowych (np. polski i angielski), projekt graficzny mapy, wykonanie, dostawa do Zmawiającego. Wyłoniony Wykonawca może dostarczyć tylko takie zdjęcia, do których posiada pełnię autorskich praw majątkowych. Wymagane są zdjęcia wysokiej jakości technicznej oraz estetycznej. Zamawiający zastrzega sobie prawo do odrzucenia zdjęć zaproponowanych przez Wykonawcę, które nie spełniają powyższych warunków. Warunkiem rozpoczęcia druku jest uzyskanie akceptacji projektu graficznego od Zamawiającego.Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Kubek termiczny  | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych kubka, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 50 szt., Specyfikacja: minimalne parametry: ścianki kubka wykonane w technologii próżniowej posiadają właściwości utrzymania temperatury gorącego napoju przez 4 godziny, a zimnego nawet przez 12 godzin, ergonomiczny kształt ułatwia trzymanie i przenoszenie, pasuje do większości uchwytów samochodowych, wykonany z wysokojakościowej stali nierdzewnej, kolorystyka: czarny, biały, zielony. Pojemność 450 ml, zamknięcie "flip up sip”, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Zewnętrzny twardy dysk  | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych dysku, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 25 szt., Specyfikacja: format 2,5 cala, kolor: czarny, srebrny, biały, pojemność 2 TB, typ dysku HDD, złącze USB 3.0., model wraz z kolorystyką do akceptacji, gwarancja min. 12 miesiące, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Pawerbank | Przedstawienie min. 3 projektów graficznych pawerbanka, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 25 szt., Specyfikacja: pojemność 8000 mAh lub 20000 mAh, USB 2.0 lub 3.0, kolor: czarny, srebrny, biały, model wraz z kolorystyką do akceptacji, gwarancja min. 12 miesiące, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Bawełniane torby na zakupy  | Przedstawienie min. 2 projektów graficznych torby, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 100 szt., Specyfikacja: torba z bawełny, z długimi uchwytami min. 25 cm, przykładowe wym. 370x410 mm, różna kolorystyka, nadruk z jednej strony, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |
| Lokalizator do kluczy  | Przedstawienie min. 2 projektów graficznych lokalizatora, akceptacja ZamawiającegoRealizacja: 47 szt., Specyfikacja: Bluetooth 4.0+ Low Energy, kompatybilność Android i iOS, zasięg min. 90 metrów, gwarancja min. 12 miesięcy, dostawa do Zmawiającego. Znakowanie: logotypy unijne.  |

Poniżej przedstawiono harmonogram zakupu materiałów promocyjnych:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Materiały: | 2018 r. | 2019 r. |
| Kalendarze trójdzielne  | R - 300 szt. | R - 315 szt.  |
| Kalendarze książkowe A5 (układ tygodniowy)  | R - 200 szt.  | R - 200 szt.  |
| Kalendarze książkowe A5 (układ dzienny)  | R - 200 szt.  | R - 200 szt.  |
| Notesy A5 z gumką  | R - 200 szt.  | R - 250 szt.  |
| Notatnik na spirali A5  | R - 200 szt.  | ND |
| Notatnik na spirali A4 | R - 70 szt.  | ND |
| Papier firmowy A4 | R - 1000 szt. | ND |
| Wizytówki  | R - 250 szt.  | R - 500 szt.  |
| Torby papierowe laminowane A4 | R - 305 szt.  | ND |
| Folder promocyjny  | R - 300 szt. | R – 200 szt. |
| Rollup'y | R - 2 szt.  | ND |
| Szablony prezentacji  | R - min. 3 szt.  | ND |
| Szablony zaproszeń  | R - min. 3 szt.  | ND |
| Ulotki DL | R - 200 szt. | R - 200 szt. |
| Ulotki A5 | ND  | R – 300 szt.  |
| Karteczki samoprzylepne  | R - 150 szt.  | R - 150 szt.  |
| Długopisy I  | R - 1000 szt. | ND |
| Długopisy II | ND | R - 600 szt.  |
| Teczki na dokumenty A4 | R - 200 szt.  | ND |
| Podkładka A4 | R - 100 szt.  | ND |
| Elegancki wizytownik  | R – 90 szt.  | R – 49 szt.  |
| Elegancki zestaw: długopis i pióro | R - 166 szt.  | ND |
| Elegancka skórzana teczka A4 | R - 100 szt.  | ND |
| Eleganckie etui na karty kredytowe  | R - 80 szt.  | ND |
| Portfel męski  | R - 120 szt.  | ND |
| Portfel damski  | R - 120 szt.  | ND |
| Pendrive USB 3.0 – 32 GB | R - 115 szt.  | R - 115 szt.  |
| Breloczki  | R - 150 szt.  | ND |
| Smycze | R - 150 szt.  | ND |
| Kalkulatory | R - 70 szt. | ND |
| Podkładki pod mysz | R - 40 szt.  | ND |
| Składany parasol sztormowy  | ND | R - 50 szt.  |
| Eleganckie pióro  | ND | R - 50 szt.  |
| Zakreślacze mix kolorów  | ND | R - 50 szt.  |
| Mapa I | ND | R - 5 szt.  |
| Mapa II | ND | R - 400 szt.  |
| Kubek termiczny  | ND | R - 50 szt.  |
| Zewnętrzny twardy dysk  | ND | R - 25 szt.  |
| Pawerbank | ND | R - 25 szt.  |
| Bawełniane torby na zakupy  | ND | R - 100 szt.  |
| Lokalizator do kluczy  | ND | R - 47 szt.  |
|  |  |  |
| ND - NIE DOTYCZY  |  |  |
| R - REALIZACJA, LICZBA SZTUK |  |  |

* 1. **Kompleksowa organizacja konferencji**

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa usługi | Opis |
| Organizacja konferencji(wykonanie usługi: 2018 r. i 2019 r.) | Kompleksowa organizacja i obsługa dwóch konferencji o tematyce np. terenów inwestycyjnych, parków przemysłowych, parków technologicznych, przedsiębiorczości. Po jednej konferencji w roku 2018 i 2019. Miejsce i czas konferencji do uzgodnienia z Zamawiającym (Nakło nad Notecią lub Bydgoszcz). Działania Public Relations m.in.: - kreacja wydarzenia (pomysł), - opracowanie scenariusza wydarzenia, - zgodnie ze scenariuszem wydarzenia zapewnienie prelegentów, - opracowanie zaproszenia na konferencję – 15x15 cm, - opracowanie wspólnie z Zamawiającym listy osób zaproszonych na konferencję, - wysyłka zaproszeń, - opracowanie wraz z wysyłką informacji prasowej (lub informacji prasowych) dla mediów lokalnych bądź regionalnych, - obsługa konferencji (moderowanie spotkania – wyznaczenie ze swojego zespołu osoby prowadzącej konferencję, obsługa stoiska recepcyjnego w tym: rozdawanie informacji prasowych, zapewnienie listy obecności), zapewnienie czytelnych oznaczeń informacyjnych kierujących do sali konferencyjnej.- kreacja i realizacja materiałów prasowych tj.: zaproszenia, ulotka informacyjna A4 dwustronna np. podsumowująca informację z konferencji (liczba materiałów dostosowana do liczby zaproszonych osób), - wynajem sali wraz z cateringiem dla min. 50 osób (catering dostosowany do liczby osób rzeczywiście biorących udział w konferencji). - Wykonawca przedstawi Zamawiającemu na co najmniej 60 dni przed planowanym terminem konferencji propozycje sal konferencyjnych. Ponadto sala musi być wyposażona w szatnię. - catering: zapewnienie uczestnikom przerwy kawowej oraz posiłek/przekąski. Zapewnienie miejsca na posiłki w tym samym budynku, lecz z wyłączeniem Sali konferencyjnej. Posiłki mogą być podane w formie szwedzkiego stołu z zapewnieniem pełnego wyposażenia niezbędnego do obsługi cateringowej tzn. stoły, obrusy materiałowe, zastawa ceramiczna i sztućce metalowe oraz serwetki. W trakcie trwania przerwy kawowej ma być w sposób ciągły zapewnione nie mniej niż: kawa, herbata (minimum 3 rodzaje), cukier, cytryna, mleczko do kawy, sok 100 % (minimum 2 rodzaje), woda niegazowana, woda gazowana, drobne słone i słodkie przekąski, owoce. Posiłek/przekąski: wyroby garmażeryjne (minimum 2 szt. na osobę), sałatki (minimum 2 rodzaje), kanapki (minimum 2 szt. na osobę), napoje. - Wykonawca zapewni obsługę organizacyjną i techniczną urządzeń multimedialnych (laptop, rzutnik, mikrofony, nagłośnienie). - sporządzenie raportu z organizacji konferencji oraz efektów PR wraz z dokumentacją zdjęciową cateringu i samego wydarzenia.  |

**ZLECENIE nr 3**

**dla Gminy Sępólno Krajeńskie**

Cena oferty za Zlecenie nr 3 nie może przekroczyć kwoty brutto: 100.860,00 zł

w przeciwnym razie oferta podlegać będzie odrzuceniu jako niezgodna z SIWZ.

**Zamawiający:**

**Gminą Sępólno Krajeńskie, ul. T. Kościuszki 11, 89-400 Sępólno Krajeńskie, NIP: 504-00-13-744**

Przedmiot zlecenia

Termin realizacji zlecenia

Realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej w ramach zlecenia

3.1. Film promocyjny

3.2. Kampania internetowa – utworzenie strony internetowej

3.3. Kampania prasowa

3.4. Materiały promocyjno-informacyjne

3.5. Materiały związane z konferencją

* + - 1. **Przedmiot zlecenia**

Przedmiotem zlecenia jest realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej promującej tereny inwestycyjne położone na obszarze Gminy Sępólno Krajeńskie, ale także sam region kujawsko-pomorski. Kampania powinna informować o atrakcyjności inwestycyjnej, potencjale gospodarczym Gminy, województwa, aby w rezultacie skłonić przedsiębiorców z sektora MSP do zaangażowania finansowego na terenie Gminy Sępólno Krajeńskie.

Kampania informacyjno-promocyjne obejmują:

- Film promocyjny

- Kampania internetowa (utworzenie strony internetowej)

- Kampania prasowa

- Materiały promocyjno-informacyjne

**-** Materiały związane z konferencją.

* + - 1. **Termin realizacji zlecenia**

Termin realizacji zamówienia obejmuje okres od momentu podpisania umowy do 13.09.2019 r.

Harmonogram działań realizowanych w ramach kampanii informacyjno-promocyjnej zostanie opracowany wspólnie z Wykonawcą po jego wyborze w ciągu 14 dni kalendarzowych po podpisaniu umowy.

* + - 1. **Realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej w ramach zlecenia**

**3.1. Film promocyjny**

Przedmiotem działania jest produkcja filmu promocyjnego (minimum 5 minut) z przeznaczeniem do umieszczenia na stronach internetowych Gminy Sępólno Krajeńskie, emisji podczas imprez targowych, emisji podczas spotkań/konferencji/prezentacji oraz dystrybucji bezpośredniej na płytach DVD / USB oraz promocji w mediach.

Cel filmu

Celem produkcji filmowej jest multimedialna prezentacja oferty terenów inwestycyjnych usytuowanych w Sępólnie Krajeńskim oraz potencjału inwestycyjnego województwa kujawsko-pomorskiego a także promocja w Internecie.

Film ma oferować nowoczesny przekaz wsparty dynamicznym montażem i dopasowanym podkładem muzycznym. Przekazywane informacje powinny być wsparte nowoczesną infografiką komputerową mająca za zadanie ukazanie położenia terenów inwestycyjnych na mapie Europy i świata oraz potencjału rozwojowego, jakie z tego połączenia wynika.

Długość i jakość filmu

Długość filmu min. 5 minut

Film wykonany będzie w standardzie SD, FullHD w rozdzielczości 1920x1080 (preferowany 4k)

Lektor

Film pozbawiony będzie lektora i komentarza. Informacje do przedstawianych obrazów powinny być umieszczone w formie napisów dających łatwość późniejszej lokalizacji filmu w językach innych niż polski. Film powinien zostać przygotowany w następujących wariantach: polskim, angielskim, niemieckim.

Muzyka

Wykonawca zapewni podkład muzyczny (możliwość wyboru z co najmniej 3 propozycji). Wykonawca dostarczy Zamawiającemu oświadczenie o nabyciu praw do użycia wybranego przez Zamawiającego fragmentu muzycznego do produkcji materiału promocyjnego będącego przedmiotem niniejszego zamówienia.

Miejsca plenerów

Zdjęcia do filmu muszą objąć teren istniejącego Parku Przemysłowego w Sępólnie Krajeńskim. Dopuszczalne jest użycie materiałów udostępnionych przez firmy pod warunkiem uzyskania przez Wykonawcę zgody na ich wykorzystanie.

Film musi zawierać plenery autostrady A1 i międzynarodowego portu lotniczego w Bydgoszczy jako kluczowych elementów infrastruktury transportowej regionu, zdjęcia w tym z lotu ptaka, wywiady.

Sprzęt

Produkcja filmu promocyjnego powinna odbywać się z użyciem profesjonalnego sprzętu. W cenie usługi Wykonawca zapewni: montaż, profesjonalne oświetlenie, udźwiękowienie (dolby digital 5.1), efekty specjalne, opracowanie graficzne, transport, nośniki, digitalizację.

Scenariusz

W cenie usługi Wykonawca zapewni opracowanie scenariusza, dostarczenie storyboardu i terminarza, który uzgodni z Zamawiającym.

Wykonawca przekaże nagrany materiał na elektronicznym nośniku oraz w formacie umożliwiającym jego emisję np. w Internecie w formacie MPEG-4, H.264.

Wykonawca zorganizuje kolaudację, podczas której przedstawi Zamawiającemu do akceptacji zmontowany materiał promocyjny. Zamawiającemu przysługuje prawo do zgłoszenia uwag, a Wykonawca zobowiązuje się nanieść poprawki.

Na końcu filmu powinny zostać zaprezentowane dane teleadresowe Gminy Sępólno Krajeńskie wraz z herbem oraz logotypy wymagane przez program z którego zostało przyznane dofinansowanie na realizację zadania, przekazane przez Zamawiającego.

* 1. **Kampania internetowa – utworzenie strony internetowej**

Dla potrzeb promocji wybranych terenów inwestycyjnych przewidziane jest stworzenie dedykowanej strony internetowej. Utworzona strona internetowa ma na celu prezentowanie terenów inwestycyjnych.

Założenia główne

1. Strona wykonana w oparciu o system CMS.
2. Kod strony powinien zostać wykonany w standardzie HTML5, CSS3.
3. Kod strony powinien zostać otwarty (nie kodowany).
4. Strona powinna zostać podzielona na sekcje do elastycznego zarządzania treścią i zawartością strony.
5. Wszystkie elementy strony powinny być konfigurowane z poziomu panelu CMS.
6. Strona powinna zostać zoptymalizowana oraz poprawnie wyświetlana na głównych przeglądarkach internetowych (IE, Firefox, Opera, Chrome, Safari). Strona będzie wspomagana przez systemy: Windows Mac Linux Android iOS Przeglądarki: Firefox, wersja najnowsza (+2 starsze wersje) Chrome, wersja najnowsza (+2 starsze wersje) Edge, wersja najnowsza (+2 starsze wersje) IE 11 Wymagania odnośnie serwera (po Państwa stronie) PHP 7 lub wyżej MySQL 5.6 lub wyżej lub MariaDB 10.0 lub wyżej Moduł mod\_rewrite w Apache, lub nginx.
7. Strona internetowa powinna być responsywna - dostosowana do rozdzielczości urządzenia na jakim jest oglądana (telefon komórkowy, tablet, PC).
8. Strona będzie zawierała od 10 do 15 podstron.
9. Strona powinna zostać stworzona w 3 językach (polski, angielski i niemiecki). Tłumaczenia i teksty na stronie leżą po stronie Zamawiającego.
10. Zaimplementowanie na stronie Interaktywnej Mapy Google.
11. Wypełnienie podstrony Polityka Cookies, treścią podesłaną przez Zamawiającego.
12. Strona będzie przedstawiać elementy graficzne w postaci zdjęć na wykupionej przez Wykonawcę licencji do użytku przy publikacji w sieci internetowej.
13. Wygląd strony powinien nawiązywać do logo Parku Przemysłowego w Sępólnie Krajeńskim.
14. Strona powinna pozwalać na wypełnienie przez klienta formularza kontaktowego oraz przesłanie jego treści na wskazany adres email oraz do bazy danych na serwerze. Formularz powinien zostać zabezpieczony przed spamem, np. poprzez kod weryfikujący.
15. Strona musi być wyposażona w narzędzia do zbierania statystyk aktywności użytkowników, w tym liczby odwiedzin i odsłon, danych demograficznych, źródeł odwiedzin, zachowania w witrynie itp. (Zostanie zaimplementowane narządzie Google Analytics z ustawieniami domyślnymi).
16. Strona powinna umożliwić tworzenie galerii zdjęć i zamieszczania filmików.
17. Wykonawca zobowiązuje się do poprawiania ewentualnych błędów znalezionych przez rok od terminu dostarczenia Zamówienia.
18. Wykonawca zobowiązuje się zabezpieczenia strony certyfikatem (dostęp strony poprzez https).
19. Dostęp do danych znajdujących się na stronie powinien odbywać się z poziomu jednego Użytkownika (utworzone zostanie jedno konto do logowania z możliwością konfiguracji na poziomie redaktora).
20. Wykonawca po podpisaniu umowy powinien przedstawić dwa projekty dla strony głównej i jeden projekt na bazie którego powstaną pozostałe strony.
21. Wykonawca musi zapewnić domenę i hosting.
22. Wykonanie kreacji graficznej serwisu www.
23. Implementację projektu graficznego.
24. Udostępnienie modułów do aktualizacji treści do strony.
25. Zamieszczenie na stronie internetowej nowego filmu promocyjnego.
26. Dodawanie lub usuwanie podstron.
27. Dodawanie treści do podstron,.
28. Wirtualny spacer lub wirtualna panorama.

Strona internetowa zawierać będzie między innymi informacje o:

* bezpośrednim kontakcie do osób zajmujących się planowaniem inwestycji w siedzibie Partnera
* ofercie usługowej Partnera w zakresie obsługi inwestorów
* podstawowych walorach ekonomicznych regionu
* odnośnikach do stron inwestorów już działających na danym terenie
* odnośnikach do stron instytucji centralnych wspierających inwestorów w podejmowaniu decyzji lokalizacyjnych

oraz:

* multimedialną prezentację wizerunkową regionu - film promocyjny
* materiały promocyjne do pobrania w pdf. w wersjach językowych
* wtyczki do portali społecznościowych
* pozycjonowanie strony
* dostępność w językach obcych
	1. **Kampania prasowa**

W ramach promocji terenów inwestycyjnych w prasie planowane jest przeprowadzenie kampanii prasowej w prasie branżowej o zasięgu ogólnopolskim w niżej opisanych, spełniających poniższe wymagania techniczne, typach publikacji ukazujących się m.in. na polskim rynku. Od Wykonawcy oczekuje się wykupu w tych publikacjach powierzchni reklamowej.

Niezbędne jest uzyskanie akceptacji terminów publikacji reklamy przez Zamawiającego.

Wymagania techniczne:

- reklama/publikacja w prasie branżowej o tematyce m.in. terenów inwestycyjnych w dodatku/dziale poświęconym nieruchomościom, gospodarce lub biznesowi oraz w miesięczniku branżowym poświęconym inwestycjom.

* ilość emisji: 2
* format reklamy: minimum 1 strona A4
* przygotowanie reklamy do publikacji w prasie w formie artykułu

Wykonawca umieści w treści materiałów reklamowych QR Code, który będzie kierował odbiorców reklamy do strony internetowej i treści adekwatnych do poruszanych tematów.

Materiał ma być zaakceptowany przez Zamawiającego w formie pisemnej.

* 1. **Materiały informacyjno-promocyjne**

Zaprojektowane i wykonane materiały wykorzystywane będą w bezpośrednim kontakcie z inwestorem, czyli spotkaniach biznesowych, w działaniach projektowych i innych. Ich istotą jest przekonanie inwestorów do zapoznania się z ofertą inwestycyjną Zamawiającego i województwa kujawsko-pomorskiego.

Na materiały informacyjno-promocyjne składają się druki takie jak: broszury, ulotki, foldery, roll-upy. Wizytówki oraz PenDriv (USB Flash).

Specyfikacja:

**Broszury:**

- Nakład: 1000 szt.

- Wymiary: format A5, 4 strony, w tym okładka

- Druk w pełnym kolorze

- Wykonanie według indywidualnego projektu zaakceptowanego przez Zamawiającego

**Ulotki:**

- Nakład: 1000 szt.

- Wymiary: format A4 składane do 1/3 A4

- Druk w pełnym kolorze

- Wykonanie według indywidualnego projektu zaakceptowanego przez Zamawiającego

**Foldery:**

- Nakład: 1000 szt.

- Wymiary: format A4, 8 stron,

- Druk w pełnym kolorze

- Wykonanie według indywidualnego projektu zaakceptowanego przez Zamawiającego

**Roll up’y stojące dwustronne:**

- Liczba sztuk: 2 szt.

- Wymiary: 100 x 200 cm

- Materiał do nadruku: blockout

- Druk w pełnym kolorze

- Baner chowany do kasety ze stelażem o konstrukcji aluminiowej, kaseta z mechanizmem samonawijającym, dwie stopki rozsuwane, składany maszt aluminiowy, torba transportowa

- Wykonanie według indywidualnego projektu zaakceptowanego przez Zamawiającego

**Wizytówki:**

- Liczba sztuk: 2 500 szt.

- Wymiary: 90x50 mm

- Druk w pełnym kolorze

- Wykonanie według indywidualnego projektu zaakceptowanego przez Zamawiającego

**PenDriv (USB Flash):**

- Liczba sztuk: 300 szt.

- Pojemność 32 GB

- Typ podłączenia USB 3.1 1gen / USB 3.0

Wszystkie w/w materiały Wykonawca dostarczy do Urzędu Miejskiego w Sępólnie Krajeńskim ul. T. Kościuszki 11, 89-400 Sępólno Krajeńskie.

* 1. **Materiały związane z konferencją**

Przedmiotem działania jest zaprojektowanie i wykonanie zaproszeń na konferencję oraz zaprojektowanie i opublikowanie w prasie ogłoszeń dotyczących planowanych konferencji.

Wykonawca będzie odpowiedzialny za:

1. Wykonanie zaproszeń na dwie konferencje w ilości 60 szt. składanych A4 do DL w "C" z wkładką DL,
* Technologia druku: Druk cyfrowy
* Papier: Satyna lub Kreda MAT/BŁYSK 250 g
* Wymiary zaproszenia: 297 x 210 mm (rozłożone), 210 x 99 mm (złożone)
* Wymiary wkładki: 210 x 99 mm
1. Umieszczenie ogłoszenia w prasie – 4 sztuki
* Prasa lokalna
* Format A5, druk kolorowy