

Organizator:
Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego
Departament Zarządzania Regionalnym Programem Operacyjnym
w Zielonej Górze

Przedmiotem zamówienia jest wizualne opracowanie konkursu przez Wykonawcę, którego celem jest zapoznanie się jak największej ilości osób z projektami, które otrzymały dofinansowane z Funduszy Europejskich w Województwie Lubuskim.

W ramach konkursu wymaganymi elementami do opracowania, wykonania jest **serwis internetowy oraz określony zestaw materiałów reklamowych** w tym ich dystrybucja niezbędna do przeprowadzenia przedmiotowego konkursu.

Krótki opis konkursu: Zadaniem uczestnika konkursu będzie wykonanie zdjęcia/fotografii z wakacji na terenie Województwa Lubuskiego i przesłanie go na podany adres e-mail. Fotografia ukaże się na stronie internetowej konkursu oraz na portalu społecznościowym typu Facebook. Co tydzień będą wybierane zdjęcia za które uczestnicy otrzymają drobne upominki, zaś w finale atrakcyjne nagrody. **Zamawiający** po wybraniu **Wykonawcy** przekaże niezwłocznie wszystkie niezbędne informacje i szczegóły dotyczące konkursu.

Po stronie Wykonawcy:

ZADANIE 1:

- 1. STWORZENIE, OPRACOWANIE KONKURSOWEJ STRONY INTERNETOWEJ** zawierającej opisy wybranych inwestycji, które otrzymały dofinansowane z Funduszy Europejskich w Województwie Lubuskim – przykład: www.10latwue.lubuskie.pl – zakładka projekty.

Strona internetowa w naszym rozumieniu to: nowoczesny, responsywny (skalujący się automatycznie do rozmiarów ekranów urządzeń mobilnych) serwis internetowy.

Zakup nazwy domeny po stronie **Wykonawcy**. **Zamawiający** po wyłonieniu **Wykonawcy** poda nazwę domeny.

Strona powinna składać się z następujących działów:

- Powitanie, główne informacje o konkursie, grafika konkursowa,
- Opis i fotografie wszystkich inwestycji biorących udział w konkursie (**Zamawiający** przekaże **Wykonawcy** wszystkie niezbędne opisy inwestycji oraz zdjęcia),
- Instrukcja w formie ilustracji,
- Regulamin konkursu,
- Informacje o nagrodach. **Wykonawca** zaprojektuje wzór bonów wartościowych, które będą nagrodami w konkursie. **Wykonawca** zobowiązany jest przedstawić 2 (dwa) projekty graficzne do wyboru **Zamawiającego**.
- Partnerzy,
- Jury (Jurorzy – członkowie komisji). **Wykonawca** zaprojektuje sylwetki osób wchodzących w skład Jury tj. umieści ich zdjęcia w ciekawy sposób oraz opis zawodowy/prywatny/pasje.
- Link do strony wydarzenia i/lub strony konkursu na Facebooku,
- Materiały do pobrania w formacie PDF, typu: mapa/ulotka informacyjna, regulamin itp.,

- Opracowanie projektu, wyglądu graficznego strony,
- Inne rozwiązania zaproponowane przez **Wykonawcę**.

Czas trwania konkursu przewiduje się na: (orientacyjnie) od 22 sierpnia do 30 września 2016 r. Wykonawca zobowiązuje się administrować serwis internetowy konkursu oraz portal społecznościowy (Facebook): od czasu rozpoczęcia konkursu do 31 października 2016 r.

2. **KOD QR – Wykonawca** wykorzysta w projektach – materiałów reklamowych możliwości wykorzystania kodu QR. Uczestnik poprzez zeskanowanie kodu przy użyciu odpowiedniej aplikacji na swoim smartfonie lub innym urządzeniu mobilnym zostanie przekierowany bezpośrednio na stronę konkursu.

3. MATERIAŁY REKLAMOWE:

Opracowanie „key visual” konkursu, spójnego layoutu graficznego dla wszystkich materiałów konkursowych. Jednolita szata graficzna z logami, hasłami, claimami, disclaimerami (teksty, słowa przewodnie kampanii).

Materiały, wydruki, projekty graficzne itp.:

- a) **Ulotka konkursowa z mapą inwestycji (mapa projektów/inwestycji biorących udział w kampanii):**

CHARAKTERYSTYKA PROJEKTU:

Opracowanie projektu graficznego z przestrzenną, wektorową, ilustrowaną mapą Województwa Lubuskiego zawierającą ilustracje 45 inwestycji biorących udział w konkursie. Grafika kolorowa, rysunkowa zachęcająca do udziału w konkursie zakładająca wykonanie wektorowej ilustracji wszystkich inwestycji. Grafika przewiduje możliwość umieszczenia fotografii. W projekcie należy ująć również ilustracje z instrukcją udziału w konkursie. Grafika spójna z opracowanym key visual konkursu.

SPECYFIKACJA TECHNICZNA:

- Format A2 / 560 mm x 420 mm, składany jak mapa do 140 mm x 70 mm z doklejoną okładką 145 mm x 75 mm,
- Kolorystyka: 4+4 CMYK,
- Papier: okładka: kreda lub offset 250-300 g, środek: 90-130 g,
- Nakład: 5000 szt.

Wykonawca zobowiązany jest przedstawić 2 (dwie) propozycje graficzne ulotki informacyjnej z mapą inwestycji do wyboru **Zamawiającego**.

- b) **Plakat B1:**

CHARAKTERYSTYKA PROJEKTU:

Plakat reklamowy wspierający kampanię reklamową konkursu. Projekt wykonany w formie wektorowej ilustracji z możliwością wykorzystania fotografii z inwestycji. Grafika spójna z opracowanym key visual konkursu.

SPECYFIKACJA TECHNICZNA:

- Format: B1 (980 x 680 mm),
- Kolorystyka: 4+0 CMYK,

- Papier: kreda błysk 135-170 g,
- Nakład: 800 szt.

Wykonawca zobowiązany jest przedstawić 3 (trzy) projekty graficzne plakatu do wyboru **Zamawiającego**.

c) Stand reklamowy o niestandardowych kształtach:

CHARAKTERYSTYKA PROJEKTU:

Stend reklamowy wspierający kampanię reklamową konkursu. Projekt wykonany w formie wektorowej ilustracji o nieregularnym kształcie. Grafika spójna z opracowanym key visual konkursu.

SPECYFIKACJA TECHNICZNA:

- Rozmiar minimalny: szer. 95 cm x wys. 195 cm,
- Rozmiar maksymalny: szer. 140 cm x wys. 190 cm,
- Kolorystyka: 4+0 CMYK (druk jednostronny w wysokiej jakości),
- Materiał: białe tworzywo gr. 5mm – polipropylen kanalikowy wykończony laminatem błysk podkreślającym barwy, podpora: z tekpolu białego grubości 5 mm.
- Ilość 10 sztuk.

Wykonawca zobowiązany jest przedstawić 2 (dwa) projekty graficzne standów reklamowych do wyboru **Zamawiającego**.

ZADANIE 2:

4. FACEBOOK:

- a) Utworzenie wydarzenia na Facebooku wraz z zaprojektowaniem niezbędnych grafik i stworzeniem odpowiednich treści. Termin: od czasu rozpoczęcia konkursu do 31 października 2016 r.
- b) Umieszczenie minimum 2-óch informacji na temat przebiegu konkursu co 2-3 dni.
- c) Spośród nadesłanych zdjęć/fotografii **Zamawiający** raz w tygodniu (w okresie trwania konkursu) wyróżni uczestnika konkursu drobnym upominkiem/gadżetem (chyba, że w danym tygodniu nie będzie zgłoszeń). **Wykonawca** zamieści na stronie internetowej (o której mowa w Zadaniu 1) oraz na Facebooku konkursu, informację nt. wyróżnionych osób.
- d) **Wykonawca** utworzy płatną reklamę wydarzenia na Facebooku wraz z zaprojektowaniem niezbędnych grafik i stworzeniem odpowiednich treści. Termin: od czasu rozpoczęcia konkursu do 31 października 2016 r. Zasięg: Województwo Lubuskie, tj. zasięg płatnej reklamy będzie wynosił od Zielonej Góry – minimum 70 km. oraz od Gorzowa Wlkp. – minimum 70 km.

5. KAMPANIA REKLAMOWA – BILBORDOWA:

Realizacja: Stworzenie koncepcji i grafiki na przeprowadzenie kampanii bilbordowej. **Wykonawca** przedstawi 3 różne projekty, w tym wynajmie przestrzeń reklamową dla 10 bilbordów (łącznie) w wybranych lokalizacjach w Zielonej Górze i w Gorzowie Wlkp.

Start kampanii: od czasu rozpoczęcia konkursu. Czas trwania jeden miesiąc (minimum 30 dni kalendarzowych).

Wykonawca przedstawi minimum 8 lokalizacji dla każdego z miast (Zielona Góra i Gorzów Wlkp.), z których **Zamawiający** zatwierdzi lokalizację bilbordów.

CHARAKTERYSTYKA PROJEKTU:

Opracowanie graficzne 3-ech (trzech) projektów billboardów wspierających kampanię reklamową konkursu. Projekty wykonane w formie wektorowych ilustracji z możliwością wykorzystania fotografii z inwestycji. Grafika spójna z opracowanym key visual konkursu.

SPECYFIKACJA TECHNICZNA:

- Format: w zależności od wybranej lokalizacji,
- Kolorystyka: 4+0 CMYK.
- papier: billboardowy.

6. PROMOCJA W KOMUNIKACJI MIEJSKIEJ:

a) dla lokalizacji – ZIELONA GÓRA:

Wykonawca przeprowadzi promocję w komunikacji miejskiej w Zielonej Górze (MZK) tj. reklama na rączkach w autobusach miejskich.

Ilość: 1 (jeden) autobus najpopularniejszej linii np. nr 8, nr 0 (przejazd przez Centrum). Minimum 20 rączek w autobusie.

Termin kampanii w autobusach: orientacyjnie od 01.09.2016 r. – czas trwania jeden miesiąc (minimum 30 dni kalendarzowych).

Wykonawca zobowiązany jest przedstawić 2 (dwa) projekty graficzne na rączkach do wyboru **Zamawiającego**.

b) dla lokalizacji – GORZÓW WLKP.:

Wykonawca przeprowadzi promocję w komunikacji miejskiej w Gorzowie Wlkp. (MZK) tj. reklama na rączkach w autobusach miejskich.

Ilość: 1 (jeden) autobus najpopularniejszej linii np. nr 125, 126, 104, 101 (przejazd przez Centrum). Minimum 20 rączek w autobusie.

Termin kampanii w autobusach: orientacyjnie od 01.09.2016 r. – czas trwania jeden miesiąc (minimum 30 dni kalendarzowych).

7. DYSTRYBUCJA PLAKATÓW NA SŁUPACH OGŁOSZENIOWYCH:

Termin kampanii na słupach: minimum 30 dni kalendarzowych od czasu ogłoszenia konkursu.

Gorzów Wlkp.:

OŚRODEK SPORTU I REKREACJI W GORZOWIE WLKP.

OSiR Gorzów Wlkp.

Ilość plakatów: 1 plakat na słupie,

Ilość słupów: minimum 50 słupów.

Zielona Góra:

ZIELONOGÓRSKI OŚRODEK KULTURY

ZOK Zielona Góra

Ilość plakatów: 1 plakat na słupie i tablicy,

Ilość słupów: minimum 60 słupów oraz minimum 20 tablic dwustronnych (1 plakat na jednej dobrze widocznej stronie tablicy dwustronnej).

Wykonawca dokona rezerwacji miejsc na słupach i tablicach oraz dopilnuje, aby plakaty były rozwieszane.

8. DYSTRYBUCJA MATERIAŁÓW DO BENEFICJENTÓW:

Wykonawca przekaże, dostarczy wybranym Beneficjentom materiały związane z konkursem typu: plakaty, ulotki informacyjne, pismo przewodnie (napisane przez Zamawiającego) itp. Przekazane

materiały powinny być zabezpieczone przed zniszczeniem. Wysyłka pocztowa tylko w tubach wysyłkowych (na długość plakatu).

Projekty, które otrzymały dofinansowanie z Funduszy Europejskich w Województwie Lubuskim, biorące udział w kampanii zostały zlokalizowane w następujących miejscowościach (kolejność według alfabety):

- Babimost
- Drezdenko
- Drzonków/Racula
- Gorzów Wlkp.
- Gościkowo/Paradyż
- Górzynowo/Cigacice
- Kostrzyn nad Odrą
- Kożuchów
- Lubniewice
- Lubsko
- Łagów
- Międzyrzecz
- Nowa Sól
- Nowe Miasteczko
- Nowogród Bobrzański
- Nowy Kiszew
- Ochla
- Ośno Lubuskie
- Radwanów
- Sława
- Słubice
- Stanowice/Gorzów Wlkp.
- Sulechów
- Sulęcín
- Świebodzin
- Wiechlice/Szprotawa
- Wschowa
- Zabór
- Zielona Góra
- Żagań
- Żary

Zamawiający przekaże do wszystkich Beneficjentów dane teleadresowe. Ilość wszystkich inwestycji biorących udział w kampanii zlokalizowanych w ww. miejscowościach – to 45.

ZADANIE 3:

Wykonawca zobowiązuje się administrować serwis internetowy konkursu, o którym mowa w Zadaniu 1 – do 31 października 2016 r.

TERMINY:

Zadanie 1: do 17 sierpnia 2016 r.

Zadanie 2:

Przekazanie plakatów B1 do OSiR Gorzów Wlkp. i ZOK Zielona Góra – do 19 sierpnia 2016 r.

Przekazanie materiałów do Beneficjentów – do 19 sierpnia 2016 r.

Przekazanie materiałów bilbordowych do oklejenia w wyznaczonych miejscach – do 19 sierpnia 2016 r.

Zadanie 3: administrowanie serwisu internetowego konkursu do 31 października 2016 r.

PŁATNOŚCI:

- a) **Zadanie 1 i 2: Zamawiający** zapłaci **Wykonawcy** 90% kwoty wynagrodzenia zgodnie z umową za stworzenie, opracowanie i uruchomienie strony internetowej, w tym za wydruki: plakaty, mapy/ulotki, utworzenie wydarzenia i strony na Facebooku, kampanię bilbordową itd. po ich otrzymaniu: do 19 sierpnia 2016 r. – z terminem płatności 14 dni.
- b) **Zadanie 3: Zamawiający** zapłaci **Wykonawcy** 10% kwoty wynagrodzenia zgodnie z umową po zakończeniu konkursu w tym po zakończeniu administrowania strony internetowej konkursu: 31 października 2016 r. – z terminem płatności 14 dni.

INNE:

1. **Zamawiający** po wyborze **Wykonawcy** prześle Regulamin Konkursu i inne niezbędne dokumenty związane z konkursem, w tym list polecający (potwierdzenie) w ramach którego **Wykonawca** będzie działał na rzecz **Zamawiającego**, określony w terminie.
2. **Wykonawca** zobowiązany jest niezwłocznie po podpisaniu umowy do osobistej konsultacji w siedzibie **Zamawiającego** (Zielona Góra, przy ul. B. Chrobrego 1-3-5) w celu szczegółowego omówienia ww. postępowania. Podczas spotkania zostanie przedstawiona **Wykonawcy** specyfika regionu oraz zostaną zaprezentowane projekty/inwestycje biorące udział w konkursie. Ponadto **Zamawiający** pokaże materiały graficzne (wykonane już wcześniej) w celu osiągnięcia założonego celu przez **Zamawiającego**. **Zamawiający** przewiduje minimum dwa osobiste spotkania (konsultacje) w czasie trwania konkursu.
3. **Zamawiający** zastrzega sobie możliwość zmiany terminu realizacji zadania 1 lub 2, jednak o okres nie dłuższy niż 7 dni kalendarzowych. O zmianie terminu realizacji zadania 1 lub 2 **Zamawiający** powiadomi **Wykonawcę** drogą e-mail-ową nie później niż do 8 sierpnia 2016 r.
4. **Zamawiający** dopuszcza różnicę od podanych rozmiarów/wymiarów do +/- 3%.
5. Nagrody ufundowane w konkursie są po stronie **Zamawiającego**.
6. Wszystkie projekty powinny być wykonane przez **Wykonawcę** z uwzględnieniem spójności identyfikacji wizualnej w celu uzyskania czytelnej i spójnej identyfikacji konkursu, która wyróżni go spośród konkurencyjnych marek. Na identyfikację wizualną składają się m.in.: logo/logotyp, kolorystyka, krój pisma, wygląd produktów oraz i ich opakowań, szata zewnętrzna materiałów promocyjnych itd.