**Załącznik nr 4 do SIWZ**

***IGKiP.1.042.29.4.2019***

**Rozdział 1 SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (SOPZ) – Założenia dla wszystkich części zamówienia**

1. **PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA**

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja szczegółowej kampanii promocyjnej projektu pn. Łączy nas Bóbr współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Interreg V – A Republika Czeska Polska.

W ramach projektu powstanie oferta turystyczno- rekreacyjna w której skład wchodzą następujące elementy:

1. Odnowiona ścieżka rowerowa po czeskiej stronie granicy ok. 3,2 km.

2. Pieszy szlak turystyczny śladami J. A. Komeńskiego przekraczający polsko- czeską granicę (ok. 15 km).

3. Labirynt z pomnikiem J.A. Komeńskiego

4. Nowa ścieżka rowerowa o długości 5 km w obrębie zalewu Bukówka,

5. Zagospodarowanie terenu przy zalewie Bukówka

a. Wiata biesiadna

b. 2 obiekty sanitarne

c. Siłownia zewnętrzna

d. Plac zabaw

e. Boisko do piłki plażowej

f. Slipy do spławiania łodzi

g. Miejsca parkingowe

W ramach realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca będzie zobowiązany do:

* przygotowania poszczególnych elementów kampanii promocyjnej, które będą spójne z koncepcją wizerunkową Gminy Lubawka oraz z założeniami w zakresie promocji Programu Interreg V-A Republika Czeska – Polska.
* realizacji zaplanowanych działań kampanii promocyjnej w tym zakupu wszystkich produktów i usług koniecznych do zrealizowania kampanii,
* przedstawiania sprawozdań z przeprowadzonych działań zgodnie z punktem 7 niniejszego SOPZ.
* przekazania Zamawiającemu majątkowych praw autorskich, praw pokrewnych oraz praw zależnych do treści powstałych w wyniku realizacji umowy bez ograniczeń i na wszystkich polach eksploatacji.
* przekazania Zamawiającemu elektronicznych wersji elementów kampanii promocyjnej w formacie projektowym (do edycji) oraz użytkowym w docelowym formacie.
* Zamawiający wymaga, aby wszystkie materiały i elementy promocyjne zostały sporządzone w języku polskim, czeskim i angielskim.
1. **CZAS TRWANIA KAMPANII**

Kampania promocyjna będzie prowadzona od dnia podpisania umowy do dnia 31 grudnia 2020 roku. Przy czym Wykonawca przedstawi Zamawiającemu ostateczną i zaakceptowaną przez zamawiającego wersję całościowego raportu z przeprowadzonej kampanii nie później niż do dnia 08 stycznia 2021 roku.

1. **ZASIĘG KAMPANII i GRUPA DOCELOWA**

Przeprowadzana kampania ma mieć zasięg regionalny i obejmować obszar całego województwa dolnośląskiego oraz Mikroregionu Zaclerskiego.

Podstawowa grupa docelowa:

- mieszkańcy wspólnego regionu w szczególności: mieszkańcy Gminy Lubawka, Powiatu Kamiennogórskiego, mieszkańcy Miasta Zacler, Mikroregionu Zaclerskiego oraz Powiatu Trutnowskiego.

Dodatkowa grupa docelowa:

- mieszkańcy województwa dolnośląskiego,

- turyści odwiedzający polską i czeską część Sudetów Środkowych.

1. **CELE KAMPANII**

Głównym celem kampanii jest wzrost liczby osób poinformowanych o realizowanym przez Gminę Lubawka projekcie pn. Łączy nas Bóbr współfinansowanym ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Interreg V-A Republika Czeska Polska. W okresie od podpisania umowy do 31.12.2020 r. o projekcie ma dowiedzieć się co najmniej 500 000 osób. Z nowopowstałej oferty turystycznej w okresie trwałości projektu tj. do 31.12.2025 r. ma skorzystać minimum 50 000 osób. Kampania ma także na celu propagowanie wartości i postaw tj. aktywne spędzanie wolnego czasu, zdrowy tryb życia, otwartość na inne kultury co będzie miało wpływ na zwiększenie ruchu turystycznego w regionie głównego beneficjenta i jego partnera.

1. **KONCEPCJA KAMPANII**

Na etapie składania oferty Wykonawca zobowiązany jest do opracowania wstępnej koncepcji strategicznej i wstępnej koncepcji kreatywnej kampanii (będącej spójną z koncepcją wizerunkową Gminy Lubawka oraz z założeniami w zakresie promocji Programu Interreg V-A Republika Czeska Polska), które zostaną doszczegółowione na etapie realizacji zamówienia i będą stanowiły bazę wszystkich prowadzonych działań.

1. Wstępna koncepcja strategiczna musi zawierać opis głównych działań w ramach realizacji danej części kampanii promocyjnej

**Ważne!** Zamawiający nie dopuszcza aby w ramach kampanii używano grafik, zdjęć, motywów itd. zaczerpniętych z ogólnodostępnych bezpłatnych i płatnych banków obrazów (tzw. serwisów stockowych).

1. **AKCEPTACJA ZAMAWIAJĄCEGO**

Wszystkie przygotowane materiały muszą uzyskać akceptację Zamawiającego przed rozpoczęciem produkcji.

1. **RAPORTY Z KAMPANII:**
2. **Raporty cząstkowe:**

- wykaz powstałych materiałów ze wskazaniem ich ilości (w przypadku materiałów publikowanych wraz z datą publikacji i wskazaniem miejsca gdzie zostały opublikowane),

- faktyczne dane w zakresie osiągniętych efektów: ilość odbiorców z grupy docelowej (dane statystyczne potwierdzone źródłem ich ustalenia).

1. **Raport końcowy będzie zawierać między innymi:**

- Przygotowanie sprawozdania po wykonaniu zadania i przedłożenie nie później niż do 08.01.2021 r.

- ostateczne dane w zakresie osiągniętych efektów: ilość odbiorców z grupy docelowej (dane statystyczne potwierdzone źródłem ich ustalenia);

- wykaz wszystkich przeprowadzonych działań wraz z zaktualizowanym harmonogramem utworzenia i publikacji tych działań.

- Raporty muszą zostać dostarczone w wersji elektronicznej na adres email wskazany przez Zamawiającego lub do siedziby zamawiającego na innym nośniku elektronicznym.

- Raport wymaga akceptacji Zamawiającego.

- Ilość odbiorców nie dotyczy 2 części zamówienia tj. Materiały Reklamowe.

**Rozdział 2 SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (SOPZ) – CZĘŚĆ I - DZIAŁANIA PROMOCYJNE**

1. ***PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA***

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja działań promocyjnych w ramach projektu pn. Łączy nas Bóbr współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Interreg V – A Republika Czeska Polska. Przez działania promocyjne rozumie się:

1. **Opracowanie szczegółowego planu realizacji działań promocyjnych**

Kryteria dotyczące planu zaproponowane przez Wykonawcę powinny spełniać następujące założenia minimalne:

- Harmonogram zawierający oś czasową (plan na poszczególne miesiące) dla działań promocyjnych opisanych w punktach od b do i.

- Plan ma uwzględniać terminy przygotowania projektu, sposoby publikacji oraz zakładane efekty osiągnięte za pomocą każdego z działań promocyjnych.

- Termin realizacji planu ustala się na 14 dni od podpisania umowy.

1. **Przygotowanie identyfikacji wizualnej**

Kryteria dotyczące identyfikacji wi`zualnej zaproponowane przez Wykonawcę powinny spełniać następujące założenia minimalne:

ZNAK MARKI [LOGO] - znak słowno-graficzny, zawierający charakterystyczną ikonę i/lub typografię, w docelowej wersji kolorystycznej, w układzie pozytyw i negatyw (do zastosowań na tłach jasnych i ciemnych). HASŁO – hasło charakteryzujące kampanię nawiązujące do celów kampanii.

LOGOPACK - komplet plików w wersji elektronicznej zawierający wszystkie zamówione warianty znaku, w formatach graficznych rastrowych i wektorowych: .jpg, .png, .pdf, .eps, .ai.

KONCEPT IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ - opracowanie konceptu kreatywnego linii systemu identyfikacji. Opracowanie konceptu kreatywnego identyfikacji na podstawie poglądowych wizualizacji zastosowania systemu na wybranych akcydensach oraz wybranych wizerunkowych nośnikach promocji marki. Koncept linii kreatywnej powinien zawierać m.in. stylistykę, stosowanie kolorów, miejsce i sposób osadzania logo, charakterystyczne rozwiązania graficzne w ramach systemu, typografię.

KSIĘGA IDENTYFIKACJI PODSTAWOWEJ (zawierająca w sobie również księgę znaku): opracowanie księgi zawierającej pełny opis konstrukcji, kolorystyki i zasad stosowania znaku marki, w tym także: pola ochronne znaku, wielkość minimalna, kolory firmowe w modelu RGB/CMYK/Pantone, typografia podstawowa i uzupełniająca, zasady stosowania znaku na kolorowych tłach oraz zawierającej zbiór i opis zasad projektowych i wytyczne spójnego stosowania identyfikacji wizualnej marki na podstawie wybranych akcydensów oraz wybranych wizerunkowych nośników promocji marki.

Termin przygotowania identyfikacji wizualnej ustala się na 30 dni od podpisania umowy.

1. **Przygotowanie tekstów do publikacji**

Kryteria dotyczące tekstów promocyjnych zaproponowane przez Wykonawcę powinny spełniać następujące założenia minimalne:

- właściwy dobór jednostek medialnych; media masowego przekazu wykorzystane do prowadzenia działań, powinny mieć charakter: informacyjny, ogólnodostępny, sprofilowany na grupę docelową kampanii

-targetowanie geograficzne (woj. dolnośląskie, Mikroregion Zaclerski oraz Powiat Trutnowski),

- Wykonawca opracuje i opublikuje co najmniej 5 całostronicowych oraz 3 półstronicowe artykuły prasowe publikowane na stronach redakcyjnych, informujące między innymi o przebiegu realizowanych prac, działaniach zrealizowanych w ramach projektu oraz promujące powstałą ofertę turystyczno - rekreacyjną,

- Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania materiału tekstowego oraz zdjęć/grafiki do artykułu prasowego według wskazówek Zamawiającego,

- Artkuły prasowe należy zrealizować w pełnym kolorze,

- Tematy do artykułów zostaną zaproponowane przez Wykonawcę i zaakceptowane przez Zamawiającego na etapie realizacji umowy,

- Zamawiający wymaga, aby gazeta spełniała następujące wymogi: ukazywała się regularnie w postaci drukowanej co najmniej raz w tygodniu, nie będąca tabloidem (gazeta o charakterze sensacyjnym i plotkarskim),

- Każdy z artykułów prasowych musi zostać opatrzony informacją o współfinansowaniu ze środków ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Interreg V-A Republika Czeska Polska.

- Zamawiający zastrzega, iż publikacja artykułów prasowych nastąpi w częstotliwości nie rzadszej niż raz na 2 miesiące, przy czym publikacja ostatniego bloku nastąpi w nieprzekraczalnym terminie do 31 grudnia 2020 roku,

- Dodatkowo Zamawiający ma prawo do zlecenia maksymalnie 2 półstronicowych ogłoszeń dotyczących organizowanych w ramach inwestycji eventów opublikowanych w minimum 3 mediach lokalnych lub regionalnych w tym w jednym Czeskim.

1. **Opracowanie i publikacja spotów reklamowych w formie materiału filmowego w mediach lokalnych i ponadlokalnych**

Kryteria dotyczące spotów reklamowych zaproponowane przez Wykonawcę powinny spełniać następujące założenia minimalne:

- właściwy dobór jednostek medialnych; media masowego przekazu wykorzystane do prowadzenia działań, powinny mieć charakter: informacyjny, ogólnodostępny, sprofilowany na grupę docelową kampanii

- zamawiający dopuszcza publikację spotów w mediach społecznościowych oraz internetowych kanałach video

-targetowanie geograficzne (woj. dolnośląskie, Mikroregion Zaclerski oraz Powiat Trutnowski),

-nie dopuszcza się stosowania reklamy w postaci wyskakujących okienek/banerów reklamowych typu pop-up,

* jeden spot reklamowy na kwartał.

-minimalna długość spotów reklamowych:

* 80 % ilości spotów o minimalnej długości 30 sec.
* 20% ilości spotów o minimalnej długości 15 sec.

-wymaga się aby w końcowym etapie inwestycji przygotować dłuższy (minimum 5 min, max. 6 min) spot reklamowy uwzględniający wywiad z przedstawicielem Beneficjenta w formie sprawozdania z przebiegu przeprowadzonej inwestycji.

-przynajmniej 50% spotów reklamowych powinno być przygotowane w wersji z napisami, dostępne dla osób niepełnosprawnych. Napisy powinny być stworzone zgodnie z zasadami tworzenia napisów dla osób niesłyszących. Napisy powinny być dostępne w 3 wersjach językowych polski, czeski i angielski.

-spoty powinny spełniać wymogi techniczne do emisji w telewizji, telewizji internetowej, stronach internetowych i innych nośnikach.

1. **Prowadzenie kampanii poprzez strony www partnerów, stronę www projektu, media społecznościowe, portale informacyjne i blogi internetowe**

- Wykonawca zobowiązuje się do założenia profilu projektu na przynajmniej 2 portalach społecznościowych i prowadzenia ich w celu informowania na bieżąco grupy docelowej o podjętych działaniach oraz odpowiadania na zapytania

- Przeprowadzenie przynajmniej 3 sondaży w czasie trwania umowy przy czym nie rzadziej niż raz na 4 miesiące.

- Reagowanie na treści opublikowane w komentarzach w czasie do 10 godzin od ich publikacji

1. **Pełnienie funkcji rzecznik prasowego**

- Wykonawca zorganizuje i przeprowadzi 2 konferencje prasowe jedną na początku kampanii promocyjnej i drugą po zakończeniu inwestycji. Do zadań Wykonawcy będzie należało także przygotowanie przedstawiciela Zamawiającego do udział w konferencji prasowej. Zamawiający udostępni salę w budynku Miejsko- Gminnego Ośrodka Kultury w Lubawce, ul. Kamiennogórska 19, 58-420 Lubawka. Wykonawca ma za zadanie przystosować salę do przeprowadzenia konferencji prasowej. W kwestii Wykonawcy będzie zapewnienie cateringu w postaci kawy, herbaty i ciastek, oraz przygotowanie i dystrybucja zaproszeń dla lokalnych mediów. Przewidywana liczba gości 50 osób.

- Wykonawca ma za zadanie przygotowywanie informacji dla prasy, które mogą zostać wykorzystana w mediach lokalnych, regionalnych i ogólnopolskich w formie newsa. Zamawiający wymaga aby publikowane newsy obejmowały co najmniej 10 mediów regionalnych z czego przynajmniej 3 czeskie. Zalecene jest aby newsy zawierały informację o współfinansowaniu z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Interreg V – A Republika Czeska Polska (informacja nie musi być prezentowana w formie „belki” Zamawiający dopuszcza informację słowną).

1. **Opracowanie i wykonanie przynajmniej jednej reklamy ambientowej**

Kryteria dotyczące reklamy ambientowej zaproponowane przez Wykonawcę powinny spełniać następujące założenia minimalne:

- Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania przynajmniej jednej reklamy ambientowej w myśl jej definicji dostępnej na stronie:

<https://pl.wikipedia.org/wiki/Reklama_ambientowa>

- Wykonawca opracuje i wykona co najmniej 1 reklamę ambientową promującą powstałą ofertę turystyczno - rekreacyjną,

- Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania materiału tekstowego oraz zdjęć/grafiki do reklamy ambientowej według wskazówek Zamawiającego,

- Reklamę ambientową należy zrealizować w pełnym kolorze,

- Reklamę ambientową należy wykonać z materiałów odpornych na czynniki atmosferyczne,

- Usytuowanie reklamy zostanie ustalone z Zamawiającym,

- Forma reklamy ambientowej zostanie zaproponowana przez Wykonawcę i zaakceptowana przez Zamawiającego na etapie realizacji umowy,

- Reklama ambientowa musi zostać opatrzona informacją o współfinansowaniu ze środków ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Interreg V-A Republika Czeska Polska chyba, że specyfika reklamy na to nie pozwala.

1. **Zapewnienie obsługi fotograficznej na potrzeby całej kampanii promocyjnej**

Kryteria dotyczące obsługi fotograficznej zaproponowane przez Wykonawcę powinny spełniać następujące założenia minimalne:

- W ramach obsługi fotograficznej Wykonawca zobowiązany jest do dokumentowania etapów powstawania inwestycji. Z uwagi na to, że kampania rozpoczyna się w momencie gdy część inwestycji została już zrealizowana, **Zamawiający** zobowiązuje się do dostarczenia materiałów potrzebnych do publikacji ukończonych już etapów inwestycji.

- Wykonawca zapewni obsługę fotograficzną na wszystkich wydarzeniach związanych z projektem (konferencje, spotkania, eventy, roboty budowlane)

- Wykonawca zagwarantuje możliwość wykonania zdjęć z drona

- Ustala się konieczność wykonania zdjęć na przynajmniej 3 etapach każdej z części inwestycji (przed, w trakcie i po zrealizowaniu)

Inwestycja zakłada do wykonania pozostałe elementy projektu podzielone na 6 części:

1. Monitoring i oświetlenie

2. Budowa wiaty biesiadnej z zagospodarowaniem terenu

3. 2 Slipy do spławiania łodzi

4. Plac zabaw

5. Siłownia zewnętrzna

6. Boisko do piłki plażowej

Zamawiający wymaga aby na przynajmniej 3 etapach wdrażania każdej z powyższych części była wykonana dokumentacja zdjęciowa przez Wykonawcę.

1. **Opracowanie strony www**

Kryteria dotyczące strony www zaproponowane przez Wykonawcę powinny spełniać następujące założenia minimalne:

- Stworzenie strony www projektu pn. „Łączy nas Bóbr”. Ze względu na jej funkcję strona powinna być nowoczesna tj. responsywna (możliwość korzystania ze strony na urządzeniach mobilnych typu smartfon, tablet) i estetyczna, o przejrzystym menu oraz prostej, logicznej i intuicyjnej nawigacji i obsłudze dla użytkownika,

- przygotowanie projektu strony (akceptacja Zamawiającego) na podstawie, którego Wykonawca dokona:

- Zakupu domeny,

- Zapewnienie hostingu przez okres trwania projektu oraz na 30 dni przed zakończeniem okresu świadczenia usługi, wsparcie przy przeniesieniu serwisu do wskazanej lokalizacji.

- wykonania strony w trzech wersjach językowych (polskiej, czeskiej i angielskiej) zgodnie ze standardami W3C,

- technologia witryny: platforma Word Press lub analogiczna,

- wdrożenie i uruchomienie strony na serwerze,

- udostępnienie strony w publicznej sieci internetowej osobom trzecim od dnia akceptacji projektu, zapewniające jednakową czytelność strony w różnych przeglądarkach: Internet Explorer, Firefox, Opera, Google Chrome oraz mobilnych przeglądarkach internetowych,

- zapewnienia serwisu gwarancyjnego do 31.12.2020 r.

- Administrowanie/techniczna aktualizacja witryny (kompletna pomoc techniczna i wsparcie techniczne) przez okres od podpisania umowy do 31.12.2020 roku (wymiar czasu pracy nie mniejszy niż 20 godzin/miesiąc).

- Koncepcyjne oraz graficzne opracowanie strony internetowej projektu, a także techniczne (informatyczne i graficzne) wykonanie zgodnie ze standardami w3c, uruchomienie, wdrożenie i wypełnienie treścią. Zamawiający zobowiązuje się do dostarczenia wszystkich materiałów jakie posiada na temat inwestycji.

- Wsparcie autorskie Wykonawcy do dnia 31.12.2020 r.

**- Minimalne parametry hostingu:**

 Powierzchnia dyskowa min. 10GB

 Transfer - bez limitu danych

 Antyspam

 Antywirus

 Autoinstalator aplikacji

 Statystyki odwiedzin

 Wersje PHP: 5.4, 5.5, 5.6, 7.0, 7.1, 7.2

 Obsługa PHP - FPM

 Bazy MySQL/MariaDB

 Bazy PostgreSQL

- W ramach opracowania należy złożyć pracę składającą się z wzorów projektów:

 Prezentacja graficzna strony głównej.

 Prezentacja graficzna typowej podstrony.

 Prezentacja graficzna podstrony (innej niż typowa np. aktualności).

Opis wykorzystywanych narzędzi i technik prezentacji treści (wykaz i przykładowe rozwiązania, wykaz i opis zastosowanych technik wspierających bezpieczeństwo strony www i ewentualnych narzędzi transakcyjnych np. wypełnianie formularzy on-line).

- infografiki (przygotowanie 6 sztuk w trakcie trwania umowy banerów informacyjnych)

- galeria

- Dostosowanie i poprawa narzędzi wyszukujących treści na stronie www oraz ułatwiających nawigację. Wyszukiwarka taka musi obsługiwać synonimy słów.

- Szkolenie z zakresu obsługi CMS’a na którym zostanie oparta strona dla wskazanych 3 pracowników Gminy Lubawka. Czas szkolenia do 4-rech godzin. Zamawiający zapewnia salę i sprzęt do przeprowadzenia szkolenia szkolenie musi przewidywać również omówienie podstawowych wytycznych do WCAG i sposób redagowania treści uwzględniający te wytyczne.

- informacja o dofinansowaniu zgodna z założeniami w zakresie promocji Programu Interreg V-A Republika Czeska-Polska.

 - Modyfikacja, aktualizacja i integracja panelu wprowadzania treści do serwisu.

 - Wsparcie dla co najmniej 99% czasu bezawaryjnej pracy serwisów w godz. od 7.30 - 16.30 w dni powszednie i 90% czasu średniej dostępności w pozostałym czasie.

- Utrzymanie na odpowiednim poziomie bezpieczeństwa dostępu do redagowania strony.

- Możliwość edycji treści strony będzie możliwa dla właściwego poziomu uprawnień. Proponowany system CMS musi umożliwiać spójne zarządzanie użytkownikami z podziałem na role administratora, redaktora, autora i współpracownika serwisu.

- Archiwizacja serwisów w cyklach dziennych ze zdalnym dostępem dla wskazanego – uprawnionego pracownika Gminy Lubawka. Umożliwienie dostępu do bazy i folderu serwisu jak i prawa administracyjne do systemu wprowadzania treści.

- Przeniesienie praw autorskich do projektu graficznego i funkcjonalnego strony internetowej oraz licencji niewyłącznej na czas nieokreślony na oprogramowanie oraz do wykonanych dzieł w ramach zawartej umowy - zgodnej z niniejszym SIWZ.

- Serwis musi być skalowalny w przeglądarkach internetowych na urządzeniach mobilnych we wszystkich popularnych platformach takich jak Android, iOS oraz Windows Phone.

- Przygotowanie modułów w ramach zaproponowanego CMS’a ułatwiających publikację i integrację treści z portalem społecznościowym Facebook. W tym w szczególności:

 a) widoczny link do strony Gminy Lubawka znajdującej się na portalu Facebook: https://www.facebook.com/gminalubawka/,

 b) pod każdym artykułem/stroną musi być możliwość polubienia i/lub udostępnienia na Facebook.

- Zgodnie z wytycznymi Krajowych Ram Interoperacyjności strona służąca prezentacji zasobów informacji i eksploatowana przez podmioty realizujące zadania publiczne musi być dostosowana do wymagań WCAG 2.0 na poziomie nie mniejszym niż AA.

- Strona musi gromadzić statystyki na temat odwiedzających ją użytkowników. Wskazane rozwiązanie Google Analytics lub równoważne funkcjonalnie. Narzędzie musi umożliwiać wysyłanie na wskazany adres zamawiającego cyklicznie zestawień statystyk strony w różnych przekrojach.

- Strona będzie prezentować treści w trzech językach polskiej, czeskiej i angielskiej.

- Wykonawca będzie ponosić wszelkie koszty związane przygotowania projektów graficznych (infografik), koszty dzierżawy nowego serwera host’ującego

- Termin realizacji ustala się na 8 tygodni od dnia podpisania umowy na wykonanie przedmiotu zamówienia. W tym czasie nowa strona internetowa musi zostać opublikowana. - Następnie Wykonawca na miesiąc przez zakończeniem projektu tj. do 31.12.2020 r. zapewni wsparcie przy przeniesieniu strony www we wskazane przez Zamawiającego miejsce.

1. **Opracowanie sprawozdań z realizacji**

Wykonawca zobowiązany jest do sporządzania raportów z przeprowadzonych działań dla każdego z elementów opisanych w punktach od b do i zgodnie z punktem 7 „założeń dla wszystkich części zamówienia”.

**Rozdział 3 SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (SOPZ) – CZĘŚĆ II MATERIAŁY REKLAMOWE**

1. ***PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA***

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja materiałów reklamowych w ramach projektu pn. Łączy nas Bóbr współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Interreg V – A Republika Czeska Polska. Przez działania promocyjne rozumie się:

1. ***SZCZEGÓŁOWE WYMAGANIA***

Kryteria dotyczące materiałów i gadżetów promocyjnych zaproponowane przez Wykonawcę powinny spełniać następujące założenia minimalne:

Wszystkie materiały muszą być opatrzone logotypami projektu Łączy nas Bóbr zgodnie z opracowaną identyfikacją wizualną, która powstanie w ramach pierwszej części zamówienia.

| *Lp.* | *Przedmiot zamówienia* | *Parametry techniczne* | *Ilość (szt.)* |
| --- | --- | --- | --- |
| *1.* | *Naklejki z logo*  | *Materiał: biała folia samoprzylepna,**Wymiary: min. 12x9cm,**Opis: wydruk wysokiej rozdzielczości, min. 720 dpi, druk cmyk,**Opakowanie: zbiorcze* | *1500* |
| *2.*  | *Ulotki/ broszury informacyjne*  | *Format: A4 – składane na 3 tzw. tryptyk,**Rozmiar ulotki harmonijki: min. 21x9,5cm (po zgięciu),**Gramatura: min. 300g,**Papier: kreda mat,**Druk: offset, obustronny**Treść: informacje o przebiegu realizowanych prac, działaniach zrealizowanych w ramach projektu oraz promujące powstałą ofertę turystyczno - rekreacyjną,**Wykonawca przedstawi 2 różne projekty graficzne Zamawiającemu,**Opakowanie: zbiorcze.* *Ulotki muszą być dostarczone w formie złożonej w harmonijkę.**Ulotki muszą być sporządzone w trzech językach tj. polskim, czeskim oraz angielskim* *(na jednej ulotce treść w 3 językach)*  | *1500* |
| *3.* | *Torby ekologiczne*  | *Torba ekologiczna z długimi rączkami,**Materiał typu: non woven 80g/ m²,**Wymiary: min. 40x40cm,**Opakowanie: pakowane pojedynczo w folię.* | *500* |
| *4.* | *Sportowy worek reklamowy*  | *Materiał: poliester typ 210D,**Wymiary: min. 34x42 cm,**Opis: lekki, wodoodporny, worek na sznurki,* *Opakowanie: pakowane pojedynczo w folię.* | *500* |
| *5.*  | *Saszetka na pas (nerka)*  | *Opis: jedna kieszeń główna zapinana na zamek, regulowany obwód pasa,**Rozmiar: min. 35x15x10 cm,**Materiał: poliester* | *200* |
| *6.* | *Ręczniki treningowe* | *Opis: szybkoschnący z funkcją chłodzącą,**Wymiary: min. 90x30 cm,**Materiał: mikrofibra,**Opakowanie: pojedynczo w folii lub plastikowym opakowaniu.* | *100* |
| *7.* | *Pokrowce na siodełka rowerowe* | *Opis: Pokrowiec siodełka do roweru, wielokrotnego użytku, lekki, wodoodporna powłoka PU i gumka, aby pasował do większości siodełek,**Wymiary: min. 7x26x23 cm,**Materiał: Poliester.**Opakowanie: pojedynczo w folii lub plastikowym opakowaniu.* | *200* |
| *8.*  | *Bidony do rowerów* | *Opis: rodzaj przykrywki nakręcana z uszczelką, lekki, trwały**Materiał: plastik,**Pojemność: min. 600 ml,**Opakowanie: pojedynczo w folii,* | *100* |
| *9.*  | *Opaski odblaskowe**samozaciskowe* | *Opis: wykonana z folii odblaskowej PCV ze sprężynującą blaszką w środku, od spodu czarny welur,**Wymiary: min. 30x3cm,**Opakowanie: pojedynczo w folii* | *1000* |
| *10.* | *Tablice pamiątkowe* | *Opis: Tablica pamiątkowa informująca o dofinansowaniu projektu przygotowana zgodnie z założeniami w zakresie promocji Programu Interreg V-A Republika Czeska – Polska min 250 x 150 cm*  | *3* |
| *11.* | *Tablice informacyjne* | *Opis: Tablice informacyjne zlokalizowane wzdłuż szlaku J.A. Komeńskiego z opisem oferty turystyczno-rekreacyjnej 150 x 125 cm* *tablice w formie planszy (materiał podkładowy blacha, druk solventowy na folii vinylowej, zabepieczenie folią UV) wokół planszy drewniana impregnowana ramka z drewna szerokości 5-6 cm, frezowana ozdobnie.* | *3* |
| *12.* | *Rollup* | *Opis: Wymiar minimum 80 x 200 cm jednostronny,* | *2* |
| *13.* | *Winder* | *Opis: Wymiary minimum 70 x 220 cm materiał wraz z masztem* | *3* |

- Każdy z materiałów oraz gadżetów promocyjnych musi zostać opatrzony informacją o współfinansowaniu ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Interreg V-A Republika Czeska Polska.

1. RAPORTY Z KAMPANII:
2. Raporty cząstkowe, będą zawierać między innymi:

- wykaz wszystkich powstałych materiałów i gadżetów reklamowych wraz z potwierdzeniem ich wykonania – zdjęcie/a oraz podanie ilości,

- elektroniczne wersje projektów materiałów i gadżetów reklamowych powstałych w trakcie danego okresu rozliczeniowego oraz potwierdzenia ich wykonania– zdjęcie/a.

1. Raport końcowy będzie zawierać między innymi:

- faktyczne dane w zakresie osiągniętych parametrów; ilość, nakład potwierdzone podpisami osób odbierających dany materiał, bądź gadżet reklamowy (o ile dane są dostępne)