

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przedmiot zamówienia

Przeprowadzenie kampanii promocyjnej Powszechnego Spisu Rolnego 2020 na terenie województwa zachodniopomorskiego na potrzeby Urzędu Statystycznego w Szczecinie

Część 1. Przeprowadzenie akcji reklamowej Powszechnego Spisu Rolnego 2020 w środkach komunikacji zbiorowej na terenie województwa zachodniopomorskiego.

Część 1 zamówienia składa się z 3 elementów:

1. Ekspozycja materiałów promujących PSR 2020, tj. umieszczenie plakatów w taborze transportu drogowego (typu autobusy), na liniach obejmujących teren województwa zachodniopomorskiego (tzw. komunikacja regionalna, międzymiastowa) z wyłączeniem komunikacji miejskiej.
 2. Ekspozycja materiałów promujących PSR 2020 polegająca na oklejaniu pojazdów transportu drogowego (typu autobusy), na liniach obejmujących teren województwa zachodniopomorskiego (tzw. komunikacja regionalna, międzymiastowa) z wyłączeniem komunikacji miejskiej.
 3. Emisja materiałów promujących PSR 2020 na monitorach zainstalowanych w taborze transportu kolejowego, na liniach obejmujących teren województwa zachodniopomorskiego.
1. Ekspozycja materiałów promujących PSR 2020, tj. umieszczanie plakatów w taborze transportu drogowego (typu autobusy), na liniach obejmujących teren województwa zachodniopomorskiego (tzw. komunikacja regionalna, międzymiastowa) z wyłączeniem komunikacji miejskiej.

W zakres tego elementu wchodzi następujące działania:

- 1) Ekspozycja materiałów promujących PSR 2020, tj. umieszczanie plakatów w pojazdach (w przygotowanych do tego celu miejscach ekspozycji). Plakaty w postaci wydrukowanej (format A3) dostarczone będą Wykonawcy przez Zamawiającego.
- 2) Usługa ma obejmować montaż i demontaż plakatów w pojazdach.

Wymagania:

- czas ekspozycji: minimum 40 dni, w okresie październik - listopad 2020 r.,
- co najmniej 1 plakat w pojeździe,
- liczba pojazdów: minimum 80.

2. Ekspozycja materiałów promujących PSR 2020 polegająca na oklejaniu pojazdów transportu drogowego (typu autobusy), na liniach obejmujących teren województwa zachodniopomorskiego (tzw. komunikacja regionalna, międzymiastowa) z wyłączeniem komunikacji miejskiej.

W zakres tego elementu wchodzi następujące działania:

- 1) Wynajem powierzchni reklamowej na pojazdach.
- 2) Dostosowanie dostarczonego przez Zamawiającego projektu do wymogów ekspozycji oraz jego wydruk.
- 3) Oklejenie wynajętej powierzchni.
- 4) Przywrócenie stanu pierwotnego powierzchni reklamowej pojazdu.
- 5) Inne czynności towarzyszące, jeżeli są konieczne do wykonania zamawianej usługi.

Wymagania:

- czas ekspozycji: minimum 30 dni, w okresie październik - listopad 2020 r.,
- rozmiar/miejsce ekspozycji: cała powierzchnia tylna pojazdu (fullback),
- liczba pojazdów: minimum 50.

3. Emisja materiałów promujących PSR 2020 na monitorach zainstalowanych w taborze transportu kolejowego, na liniach obejmujących teren województwa zachodniopomorskiego.

W zakres tego elementu wchodzi następujące działania:

- 1) Zapewnienie emisji spotów na monitorach promujących Powszechny Spis Rolny 2020 dostarczonych przez Zamawiającego. Spoty mają długość 15 i 30 sekund.

Wymagania:

- czas emisji: minimum 40 dni, w okresie październik - listopad 2020 r.,
- liczba pojazdów: minimum 25, liczba monitorów w pojeździe nie mniej niż 3,
- częstotliwość emisji spotów: nie mniej niż 2 na godzinę.

Część 2. Zapewnienie publikacji/emisji materiałów informacyjnych i reklamowych dotyczących Powszechnego Spisu Rolnego 2020 w środkach masowego przekazu o zasięgu regionalnym i powiatowym w województwie zachodniopomorskim, tj. prasie drukowanej i jej wydaniach internetowych oraz rozgłośniach radiowych.

Część 2 zamówienia składa się z 2 elementów:

1. Zamieszczanie materiałów promujących PSR 2020 w prasie drukowanej i jej wydaniach elektronicznych o zasięgu regionalnym i powiatowym.
2. Zapewnienie emisji spotów reklamujących PSR 2020 oraz nagranie i emisja komunikatów informujących o konkursach prowadzonych przez Urząd Statystycznych w Szczecinie dotyczących PSR 2020 w rozgłośniach radiowych. Działanie ma obejmować rozgłoszenie radiowe o zasięgu wojewódzkim z wyłączeniem nadawców publicznych, którzy emitują materiały promujące PSR 2020 w ramach obowiązku ustawowego.

1. Zamieszczanie materiałów promujących PSR 2020 w prasie drukowanej i jej wydaniach elektronicznych o zasięgu wojewódzkim i powiatowym.

W zakres tego elementu wchodzi następujące działania:

- 1) Wybór tytułów prasowych najlepiej spełniającego poniżej opisane wymagania.
- 2) Dostosowanie projektu graficznego ogłoszenia do docelowych rozmiarów powierzchni reklamowej - min. ¼ strony (bez wskazania góra czy dół) oraz wszelkie konieczne prace redakcyjne umożliwiające zamieszczenie materiału w wybranym tytule prasowym.
- 3) Wynajem powierzchni reklamowej w gazetach drukowanych.
- 4) Wynajem powierzchni w wydaniu elektronicznym gazety drukowanej (jeśli funkcjonuje odrębny serwis informacyjny gazety w Internecie).
- 5) Zapewnienie wyświetlania banneru reklamowego oraz treści informacyjnych (typu artykuł sponsorowany) na stronie internetowej danej gazety. Każdy z artykułów sponsorowanych powinien być promowany postem na indywidualnym, autorskim fanpageu na Facebooku gazet, w których ukaza się ogłoszenia.

Wymagania:

- czas emisji październik - listopad 2020 r.,
- co najmniej 3 gazety o zasięgu regionalnym z największymi nakładami. Liczba emisji w każdej z tych gazet co najmniej po 4, w tym minimum 3 w wydaniach weekendowych (tj. o największych nakładach w tygodniu) na stronach redakcyjnych. Tam gdzie istnieje taka możliwość ogłoszenia powinny być w pełnym kolorze,
- co najmniej 10 gazet o zasięgu powiatowym, o największych nakładach. Liczba emisji w każdej z tych 10 gazet co najmniej po 4. Tam gdzie istnieje taka możliwość ogłoszenia powinny być w pełnym kolorze.

W przypadku gazet o zasięgu powiatowym preferowane są tytuły posiadające własne autorskie serwis informacyjny w Internecie, w których treści dotyczące powiatu zajmują ponad połowę miejsca,

- Zamawiający przekaże treść materiału informacyjnego (artykułu sponsorowanego) do zamieszczenia w wydaniu drukowanym gazet oraz jej wydaniach internetowych. Wielkość artykułu powinna być nie mniejszej niż tysiąc znaków,
 - Zamawiający przekaże elektroniczną wersję banera reklamowego do zamieszczenia w internetowym wydaniu gazety w wymiarach: 750 x 100, 300 x 600, 250 x 250 pikseli. Banery będą w wersji statycznej i ruchomej.
Baner powinien być widoczny po otwarciu strony na komputerze stacjonarnym. Preferowany jest baner typu „Billboard”. Czas ekspozycji banneru co najmniej 3 tygodnie w okresie październik - listopad br.
 - Tam gdzie istnieje techniczna możliwość materiały reklamowe mają dawać możliwość przekierowania odbiorcy do oficjalnej strony PSR 2020 wskazanej przez Zamawiającego.
2. Zapewnienie emisji spotów reklamujących PSR 2020 oraz nagranie i emisja komunikatów informujących o konkursach prowadzonych przez Urząd Statystycznych w Szczecinie dotyczących PSR 2020 w rozgłoszeniach radiowych. Działanie ma obejmować rozgłoszenie radiowe o zasięgu wojewódzkim z wyłączeniem nadawców publicznych, którzy emitują materiały promujące PSR 2020 w ramach obowiązku ustawowego.

W zakres tego elementu wchodzi następujące działania:

- 1) Wybranie co najmniej 2 rozgłośni radiowych o największym zasięgu w ramach województwa zachodniopomorskiego. Wybór rozgłośni ma odpowiadać celowi działań promocyjnych oraz zapewniać jak najlepsze dotarcie do grup docelowych.
- 2) Zapewnienie emisji dostarczonych przez Zamawiającego spotów audio o długości minimum 15 i 20 sekund, przy czym spotów dłuższych musi być co najmniej 60% .
- 3) Nagranie oraz zapewnienie emisji dźwiękowej nagranych komunikatów informujących o konkursach prowadzonych przez Urząd Statystycznych w Szczecinie. Nagranie komunikatu o konkursach bazować ma na dostarczonych przez Zamawiającego materiałach (tj. scenariusz, regulamin). Nagrody w konkursach zapewnia Zamawiający.
- 4) Tam gdzie istnieje taka możliwość należy zastosować strategię crossmediową (z uwzględnieniem social media).

Wymagania:

- czas trwania: co najmniej 40 dni, w okresie październik - listopad br.,
- godziny emisji: 6.00-22.00,
- liczba emisji spotów: nie mniej niż po 150 w każdej stacji według ułożonego przez Wykonawcę media planu zapewniającego najlepsze dotarcie do grup docelowych,
- liczba emisji komunikatów o konkursach: nie mniej niż po 40 w każdej stacji, trwających każdy nie krócej niż 30 sekund według ułożonego przez Wykonawcę media planu zapewniającego najlepsze dotarcie do grup docelowych.