

Załącznik nr 1 do Zapytania o oszacowanie wartości zamówienia

## SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (SOPZ)

### 1. Zamawiający

1.1. Gmina Lublin, Plac Króla Władysława Łokietka 1, 20–109 Lublin, NIP: 9462575811, REGON: 431019514.

### 2. Przedmiot zamówienia

2.1. Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i przeprowadzenie kampanii promocyjnej (w tym kampanii prasowej w mediach o zasięgu lokalnym i ogólnopolskim, kampanii radiowej i kampanii billboardowej) w ramach realizacji projektu „Wymyślmy wspólnie Lublin. Partycypacyjnie tworzymy inteligentną Strategię Lublin2030”.

2.2. Termin realizacji zamówienia do dnia 30 kwietnia 2022 r.

### 3. Istotne informacje dotyczące przedmiotu zamówienia

3.1. Kampania prasowa w mediach lokalnych i regionalnych.

3.1.1. Kampania polegać będzie na sukcesywnej publikacji artykułów prasowych w prasie o zasięgu lokalnym i regionalnym, w tytułach prasowych, których średni nakład to minimum 4 000 egz., mających charakter dziennika lub tygodnika, prowadzących jednocześnie własny serwis internetowy

3.1.2. Zamawiający zakłada publikację 15 artykułów prasowych, o objętości do 10 000 znaków ze spacjami, z miejscem na informację o źródłach finansowania projektu, przy czym 7 artykułów opublikowanych zostanie w bieżącym roku, nie później niż do 15 grudnia br., a 8 artykułów ukaże się w terminie od dnia 2 stycznia do dnia 30 kwietnia 2022 r.

3.1.3. Artykuły przygotowane będą przez Zamawiającego.

3.1.4. Publikacja artykułów nastąpi na łamach co najmniej 3 różnych tytułów prasowych, przy czym każdy z artykułów opublikowany zostanie na łamach jednego tytułu prasowego.

3.1.5. Każdy z artykułów ukaże się w formie drukowanej, w serwisie internetowym oraz na dostępnych kanałach społecznościowych danego tytułu prasowego.

3.1.6. Wykonawca przygotowuje wpisy (2 posty do każdego z artykułu) wraz z grafiką na media społecznościowe zaoferowanego tytułu prasowego. Wpis będzie dotyczył najważniejszych informacji z każdego artykułu prasowego.

3.1.7. Zamawiający nie dopuszcza możliwości publikacji artykułów prasowych w oddzielnym dodatku tematycznym bądź branżowym (opublikowanym do całego nakładu tytułu prasowego w dniu publikacji artykułu).

3.1.8. Zamawiający nie dopuszcza publikacji artykułów na stronach ogłoszeniowych, stronach z komunikatami i nekrologami, reportażami, informacjami na temat przetargów, stronach miejskich (dodatki miejskie), stronach regionalnych (dodatki regionalne), stronach motoryzacyjnych, sportowych oraz kulturalnych.

3.2. Kampania prasowa w mediach ogólnopolskich.

3.2.1. Kampania polegać będzie na sukcesywnej publikacji artykułów prasowych w prasie o zasięgu ogólnopolskim, w tytułach prasowych, których średni nakład to minimum 25 000 egz.

3.2.1.1. Zamawiający wymaga, aby dziennik lub czasopismo o zasięgu ogólnopolskim:

3.2.1.1.1. Ukazywały się w postaci drukowanej.

3.2.1.1.2. Obejmowały swoim zasięgiem obszar całego kraju.

3.2.1.1.3. Ukazywały się regularnie (w formie dziennika lub tygodnika).

3.2.1.1.4. Miały charakter opiniotwórczy.

3.2.1.1.5. Były płatne.

3.2.2. Zamawiający zakłada publikację 5 artykułów prasowych, o objętości do 10 000 znaków ze spacjami, z miejscem na informację o źródłach finansowania projektu, w terminie od dnia 2 stycznia 2021 r. do dnia 30 kwietnia 2022 r.

3.2.3. Artykuły przygotowane będą przez Zamawiającego.

3.2.4. Publikacja artykułów nastąpi na łamach co najmniej 3 różnych tytułów prasowych, przy czym każdy z artykułów opublikowany zostanie na łamach jednego tytułu prasowego.

3.2.5. Każdy z artykułów ukaże się w formie drukowanej, w serwisie internetowym oraz na dostępnych kanałach społecznościowych danego tytułu prasowego.

3.2.6. Wykonawca przygotowuje wpisy (2 posty do każdego z artykułu) wraz z grafiką na media społecznościowe zaoferowanego tytułu prasowego. Wpis będzie dotyczył najważniejszych informacji z każdego artykułu prasowego.

3.2.7. Zamawiający nie dopuszcza możliwości publikacji artykułów prasowych w oddzielnym dodatku tematycznym bądź branżowym (opublikowanym do całego nakładu tytułu prasowego w dniu publikacji artykułu).

3.2.8. Zamawiający nie dopuszcza publikacji artykułów na stronach ogłoszeniowych, stronach z komunikatami i nekrologami, repertuariami, informacjami na temat przetargów, stronach miejskich (dodatki miejskie w dziennikach ogólnopolskich), stronach regionalnych (dodatki regionalne w dziennikach ogólnopolskich), stronach motoryzacyjnych, sportowych oraz kulturalnych.

3.3. Kampania radiowa.

3.3.1. Wykonawca zobowiązuje się przygotować scenariusz i nagranie 6 różnych spotów (po 3 spoty o długości 15 sekund i 3 spoty o długości 30 sekund) na podstawie materiału przekazanego przez Zamawiającego.

3.3.1. Wykonawca zobowiązuje się przedstawić Zamawiającemu do wyboru nagrania trzech głosów lektorskich.

3.3.2. Zasięg emisji spotów ma obejmować terytorium miasta Lublin oraz obszar w promieniu minimum 30 km od granic Lublina.

3.3.3. Wykonawca zobowiązuje się wyemitować 200 spotów, w tym 100 o długości 30 sekund, oraz 100 o długości 15 sekund w ilości minimum 5 spotów dziennie, w co najmniej 3 rozgłośniach radiowych.

3.3.4. Emisje spotów na antenach radia powinny być pomiędzy godziną 7:00 a 9:00 oraz pomiędzy godziną 15:00 a 17:00, w tym proporcja emisji w sobotę do dni roboczych nie powinna być większa niż 1:4.

3.3.5. Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającemu harmonogram emisji spotów, z zastrzeżeniem, że ostatni spot zostanie wyemitowany nie później niż dnia 15 grudnia 2021 r.

3.3.6. Spot musi zawierać informacje o współfinansowaniu projektu ze środków Funduszu Spójności w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2014–2020 oraz budżetu państwa.

3.3.7. Wykonawca przedstawi do akceptacji listę radiostacji, w których emitowane będą spoty.

3.3.8. Wykonawca zobowiązuje się do przekazania Zamawiającemu treści spotu radiowego w formie elektronicznej w formacie „.mp3”.

3.3.9. Wykonawca po zakończonej kampanii radiowej przedstawi Zamawiającemu sprawozdanie z emisji spotów.

3.4. Kampania billboardowa.

3.4.1. Przeprowadzenie kampanii promocyjnej na nośnikach typu billboard o wielkości co najmniej 18 m<sup>2</sup> (co najmniej format 6,00 x 3,00 m) dla potrzeb promocji projektu „Wymyślimy wspólnie Lublin. Partycypacyjnie tworzymy inteligentną Strategię Lublin2030”.

3.4.2. Ekspozycja powinna być przeprowadzona na 27 nośnikach zlokalizowanych w Lublinie, w co najmniej 20 różnych dzielnicach Lublina

3.4.3. Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego wykaz lokalizacji nośników umieszczonych na terenie Lublina.

3.4.4. Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego harmonogram kampanii promocyjnej na nośnikach typu billboard, z zastrzeżeniem, że kampania nie zakończy się później niż dnia 15 grudnia 2021 r.

3.4.5. Nośniki powinny być usytuowane przy głównych trasach komunikacyjnych w miejscach o dużym natężeniu ruchu samochodowego i pieszego. Odległość pomiędzy poszczególnymi nośnikami nie może być mniejsza niż 400 metrów. Co najmniej 25% nośników powinna posiadać oświetlenie plakatu w godzinach nocnych.

3.4.6. Wykonawca jest zobowiązany do:

3.4.6.1. Udostępnienia własnej lub dokonania zakupu powierzchni reklamowych dla potrzeb ekspozycji materiałów promocyjnych we wskazanym terminie.

3.4.6.2. Druku materiału promocyjnego, a następnie jego terminowego wyklejenia i eksponowania na wymienionych nośnikach we wskazanym terminie.

3.4.6.6. Sporządzenia dla Zamawiającego odpowiedniego raportu z przebiegu kampanii w postaci dokumentacji zdjęciowej.