**Załącznik 1 do umowy**

**Opis przedmiotu zamówienia**na wykonanie zamówienia publicznego dotyczącego

**Usługi** **kompleksowego przygotowania i przeprowadzenia kampanii informacyjno-promocyjnej o zasięgu regionalnym (województwo Lubelskie) oraz dostawy materiałów reklamowych.**

Zadanie realizowane w ramach projektu realizowanego z naboru „Zbudowanie systemu koordynacji i monitorowania regionalnych działań na rzecz kształcenia zawodowego, szkolnictwa wyższego oraz uczenia się przez całe życie, w tym uczenia się dorosłych” /Inwestycja A3.1.1 KPO „Wsparcie rozwoju nowoczesnego kształcenia zawodowego, szkolnictwa wyższego oraz uczenia się przez całe życie”/ zwanego dalej: „Projektem”.

**Celem głównym Projektu** jest budowa trwałego systemu koordynacji działań w  województwie lubelskim zorientowanych na rzecz wspierania polityki edukacyjnej województwa, koordynacja działań w zakresie doradztwa zawodowego, promocja kształcenia zawodowego oraz idei uczenia się przez całe życie.



**Kody i nazwy Wspólnego Słownika Zamówień (CPV) opisujące przedmiot zamówienia:**

79341400 - 0 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

79340000 - 9 Usługi reklamowe i marketingowe

22462000 – 6 Materiały reklamowe

1. **Termin realizacji zamówienia:**  od dnia zawarcia umowy do dnia 30 czerwca 2026 r.
2. **Wymagania Zamawiającego:** Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia 1 osoby odpowiedzialnej za koordynację i realizację zadań wynikających z OPZ(Koordynator realizacji zamówienia).Osoba ta zobowiązana jest także do stałej konsultacji z Zamawiającym w zakresie prawidłowej organizacji i obsługi przedmiotu zamówienia. Koordynator odpowiedzialny jest za realizację poszczególnych etapów kreatywnego konceptu kampanii . Koordynator realizacji zamówienia musi być w ciągłym kontakcie
z Zamawiającym; czas reakcji i odpowiedzi koordynatora na maile i wiadomości Zamawiającego nie może być dłuższy niż 4 godziny, w dni robocze od godziny 7.00 – 16.00. W przypadku, gdy zdarzą się trzy problemy z komunikacją z Koordynatorem realizacji przedmiotu Umowy, Zamawiający ma prawo żądać od Wykonawcy zmiany koordynatora realizacji zamówienia. Przez problem z komunikacją rozumie się nie udzielenie odpowiedzi na wiadomość Zamawiającego dotyczącą realizacji przedmiotu Umowy, skierowaną do Kierownika projektu na piśmie lub drogą elektroniczną w dni robocze w godzinach 7.00 -16.00, po upływie 4 godzin albo jej całkowity brak. Uprawnienie to może być realizowane wielokrotnie. Każdorazowo w czasie niedostępności Koordynatora Zamawiający powinien zostać poinformowany o tym fakcie i mieć przekazane informacje o osobie zastępującej Koordynatora, który będzie miał możliwość podejmowania wiążących decyzji.
3. **Grupa docelowa kampanii**: mieszkańcy województwa lubelskiego, w tym w szczególności: osoby dorosłe o zróżnicowanej sytuacji na rynku pracy (np.: pracujące, bezrobotne, poszukujące pracy lub chcące ją zmienić, studenci) wszyscy doradcy zawodowi, przedsiębiorcy, nauczyciele kształcenia zawodowego.
	1. Kampania dotyczy projektu funkcjonującego pod roboczą nazwą: **Lifelong Learning lubelskie**
4. **Informacje o projekcie**:
	1. [zsulublin.pl](file:///%5C%5Cdc_storage%5CUsersFolder%5Ckarolina.glinska%5CDesktop%5COPZ%5Cewelina%5Cdokumenty%20do%20wniosku%5Czsulublin.pl) ; fb [Lifelong Learning lubelskie](https://www.facebook.com/profile.php?id=61557103976752&locale=pl_PL); <https://wuplublin.praca.gov.pl/lifelong-learning>
5. **Informacje o przedmiocie zamówienia.**
6. Wykonawca od dnia zawarcia umowy do **14 dni** zobowiązany jest do **przedstawienia propozycji realizacji działań kampanii** (zdefiniowanie ogólnej wizji m.in. główne pomysły wizualne przedstawiające pomysł, proponowane przykładowe slogany i kluczowe przesłania, przykłady wybranych mediów: jakie dzienniki, jakie tygodniki, radia, TV itp. Nie jest wymagany profesjonalny koncept kampanii, Zamawiający ma mieć ogólną wizję proponowanego stylu, grafiki, motywu przewodniego, który będzie wykorzystywany we wszystkich kanałach kampanii promocyjnej**).** Wykonawca w ciągu kolejnych 14 dni musi uwzględnić uwagi Zamawiającego. Wstępny koncept powinien zawierać propozycję ramowego harmonogramu działań dostosowany do realizowanych działań projektowych. Harmonogram musi uwzględniać przestrzeń na działania ad hoc. Zamawiający wybiera jedną propozycję, która będzie wyznaczała kierunek dalszych prac.
7. Maksymalnie **do 30 dni od dnia podpisania umowy Wykonawca musi mieć zatwierdzony przez Zamawiającego przygotowany wstępny ramowy harmonogram realizacji** (który będzie modyfikowany w trakcie trwania umowy w zależności od zmian
 i aktualnych potrzeb wynikających z realizowanych zadań projektowych). Dodatkowo muszą być zatwierdzone media ( TV, radio, prasa).
8. Wykonawca w ramach realizacji niniejszego zamówienia odpowiada za projekty, produkcję materiałów promocyjnych we wskazanych formach, będących odzwierciedleniem zaproponowanego w ofercie konceptu oraz kompleksową obsługę kampanii informacyjno – promocyjnej, ma zapewnić wykup np. powierzchni reklamowych, odpowiedzialny jest za realizację poszczególnych elementów od samego początku tj. pomysłu, przez jego wykonanie.
9. Wykonawca odpowiada za odpowiedni dobór materiałów, metod znakowania w celu zapewnienia najwyższej jakości realizacji zamówienia zgodnie z zaakceptowanym konceptem kreatywnym.
10. Wszystkie produkcje (np.: spoty, plakaty) będą przekazane Zamawiającemu w celu ich wykorzystania w innej formie np. projekt typu plakat bilbordowy będzie mógł być zamieszczony na stronie partnera, oraz udostępniany w celu powiększania zasięgów kampanii promocyjne – odpowiada za to Zamawiający.
11. Wykonawca zobowiązuje się uzyskać i opłacić wszelkie pozwolenia, zgody itp. niezbędne do realizacji przedmiotu zamówienia, Zamawiający nie posiada żadnych powierzchni reklamowych.
12. Wykonawca zobowiązany jest każdorazowo uzyskać drogą email akceptację Zamawiającego przy realizacji poszczególnych elementów przedmiotu zamówienia przed jego realizacją.
13. Zamawiający w trakcie trwania realizacji przedmiotu zamówienia będzie uzgadniał z Wykonawcą poszczególne elementy kampanii, wynikające z realizowanych zadań projektowych.
14. Wszystkie materiały muszą być przygotowane zgodnie z „Wytycznymi dotyczącymi realizacji zasad równościowych w ramach funduszy unijnych na lata 2021-2027”. Projekt
i przyjęte w nim rozwiązania są zgodne z zasadą równości szans kobiet i mężczyzn, zapewniają dostępność produktów projektu dla osób z niepełnosprawnościami, na równi z osobami pełnosprawnymi. Wykonawca zobowiązuje się do realizacji przedmiotu umowy w sposób zapewniający dostępność osobom ze szczególnymi potrzebami. Projekt zgodny jest także z zasadą „niewyrządzania znaczącej szkody środowisku” (DNSH ).
15. Wykonawca oświadcza, że wszystkie wyniki prac wykonanych przez Wykonawcę oraz podwykonawców, przygotowane w ramach realizacji przedmiotu umowy będą oryginalne, bez niedozwolonych zapożyczeń z utworów osób trzecich oraz nie będą naruszać praw przysługujących osobom trzecim, w tym w szczególności praw autorskich innych osób.
16. Wykonawca prawa autorskie z chwilą odbioru przedmiotu umowy przenosi je na Zamawiającego na wszystkich znanych w chwili zawarcia umowy polach eksploatacji.
17. Wszelkie działania podejmowane w ramach zamówienia musza zostać odpowiednio ologowane, w tym: KPO oraz loga projektu

<https://www.kpo.gov.pl/strony/o-kpo/dla-instytucji/dokumenty/strategia-promocji-i-informacji-kpo/>

<https://wuplublin.praca.gov.pl/system-identyfikacji-wizualnej>

14. Koszty realizacji przedmiotu zamówienia powinny obejmować wszelkie , niezbędne koszty związane z realizacją poszczególnych zadań, np.: koszty licencji, emisji, zakupu , wydruku, wynajęcia powierzchni itp. Zamawiający nie poniesie żadnych dodatkowych kosztów poza tymi przedstawionymi w ofercie przetargowej.

15. Wykonawca (w szczególności Koordynator realizacji zamówienia ze strony Wykonawcy) jest zobowiązany do koordynowania całej kampanii, w tym m.in. do:

a) stałego nadzoru nad terminami podanymi w wypracowanymi wspólnie z Zamawiającym harmonogramie oraz w media planie (regularne informowanie Zamawiającego o terminach i etapach działań);

b) bieżącego monitorowania efektów prowadzonych działań oraz ich optymalizacji w celu osiągnięcia deklarowanych wskaźników,

c) nadzoru nad procesem akceptacji materiałów, przekazywania materiałów do emisji/publikacji, itp.

d) stałego kontaktu z Zamawiającym przez cały okres realizacji zadań (spotkania, kontakt telefoniczny i e-mailowy z wyznaczoną osobą lub osobami do kontaktów roboczych po stronie Zamawiającego), przy czym reakcja/odpowiedź na maile i wiadomości od Zamawiającego nie może być dłuższa niż 4 godziny, o czym jest mowa w Wymaganiach Wykonawcy str.1 OPZ.

16. Wykonawca będzie niezwłocznie powiadamiał Zamawiającego m.in. o:

a) wszelkich odstępstwach od harmonogramu produkcji i planów emisji/ekspozycji jeżeli takie się wydarzą,

b) zagrożeniu dotyczącym niemożliwości osiągnięcia zakładanych efektów kampanii,
w tym także osiągnięcia deklarowanych w ofercie wskaźników, a w przypadku wystąpienia ww. sytuacji, Wykonawca zobowiązuje się do podjęcia uzgodnionych z Zamawiającym działań opracowanych i przygotowanych przez Wykonawcę, które będą minimalizować ryzyko niewywiązania się przez Wykonawcę z warunków Umowy.

17. Wykonawca zobowiązany jest do opracowywania w trakcie trwania Umowy cząstkowych raportów i przekazywania ich w formie elektronicznej w ustalonym okresie rozliczeniowym oraz przekazania raportu końcowego podsumowującego realizację kampanii (z uwzględnieniem informacji o stopniu zrealizowania wszystkich wymaganych wskaźników), przekazania na nośnikach elektronicznych wszystkich utworów wyprodukowanych
w ramach kampanii oraz przekazania majątkowych praw autorskich, pokrewnych i praw zależnych do wszystkich treści powstałych w wyniku realizacji przedmiotu umowy bez ograniczeń na wszystkich polach eksploatacji.

18. Zamawiający dopuszcza możliwość zmiany koncepcji realizacji poszczególnych części składowych kampanii w trakcie trwania umowy, w celu osiągnięcia przez Wykonawcę deklarowanych wskaźników oraz celów kampanii. Będzie to jednak możliwe tylko wtedy, gdyby realizacja wspomnianych wskaźników i celów była zagrożona z przyczyn niezależnych od Wykonawcy. Z zastrzeżeniem, że zmianie nie ulegnie kwota wynagrodzenia dla Wykonawcy.

19. Zamawiający w szczegółowym opisie obszarów działań w ramach kompleksowej kampanii podaje maksymalne liczy, dopuszcza sytuację, że zamówienie nie zostanie zrealizowane w całości.

**VI. Szczegółowy opis**:

**1. Publikacja ogłoszeń i artykułów sponsorowanych w prasie** **o łącznym zasięgu województwa lubelskiego**

1. Wymagania: co najmniej 3 tygodniki lokalne oraz co najmniej 1 dziennik regionalny, które łącznie obejmą wszystkie powiaty województwa lubelskiego, które ukazuje się w wersji drukowanej dostępne od poniedziałku do piątku.
2. Tabela nr 1. Zestawienie ilości ogłoszeń i artykułów sponsorowanych w poszczególnych latach

Tabela 1

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rok** | **Łączna ilość**  w okresie trwania umowy **w minimum 3 tygodnikach** | **Łączna ilość** w okresie trwania umowy**w minimum 1 dzienniku** |
| ogłoszenia | artykuły | ogłoszenia | artykuły |
| Od dnia podpisania umowy do 30 maja 2026 | 20 | 20 | 20 |  20 |

1. Każde ogłoszenie i artykuł sponsorowany ma zostać opublikowany na 3 stronie redakcyjnej.
2. Powierzchnia ogłoszeń w „gazetach” będzie wynosić nie mniej niż 70mmx100mm – 100mm-130mm przy ogłoszeniach, przy artykułach nie mniej niż 30% strony redakcyjnej, układ może być zarówno poziomy, jak i pionowy.
3. Publikacja w pełnym kolorze.
4. Treści merytoryczne Zamawiający przekaże Wykonawcy – na podstawie, których Wykonawca przygotuje materiał.
5. Każdorazowo Wykonawca zobowiązany jest uzyskać akceptację Zamawiającego materiału przygotowanego do publikacji.
6. W rozliczeniu Wykonawca jest zobowiązany dostarczyć Zamawiającemu egzemplarze tygodników, dzienników potwierdzenie wykonania zlecenia co stanowi warunek podpisania protokołu zdawczo-odbiorczego. Wskazany przez Wykonawcę dokument potwierdzi, że publikacja w wersji drukowanej została zrealizowana zgodnie z wymaganiami Zamawiającego
 i upoważni Wykonawcę do wystawienia faktury.

**2. Kampania radiowa o łącznym zasięgu województwa lubelskiego**

1. Produkcja spotów radiowych i zapewnienie ich emisji w stacji/ stacjach na terenie województwa lubelskiego. Spot musi być emitowany w wybranych stacji/ach radiowych naziemnych. Zamawiający akceptuje stacje, Wykonawca ma uwzględnić sugestie Zamawiającego. Zamawiający wymaga objęcie spotem terenu całego województwa, nie wprowadza wymagań co do ilości stacji radiowych.
2. Ilość: produkcja 5 różnych spotów radiowych (2025 - 2026)
3. Łączna ilość emisji wszystkich spotów: 150
4. Długość spotu powinna wynosić minimum 30 sekund.
5. Styl spotu: treść, lektor, podkład muzyczny.
6. Zapewnienie licencji do emisji spotów w dowolnych stacjach radiowych.
7. Zapewnienie zmian technicznych w spotach, np.: zmiana terminu, miejsca, jakiegoś szczegółu.
8. Treści merytoryczne Zamawiający przekaże Wykonawcy – na podstawie, których Wykonawca przygotuje materiał.
9. Kampania radiowa powinna osiągnąć minimalny zasięg na poziomie minimum 35%, wartość pożądana w popularnych stacjach to 60% (zasięg mierzony za pośrednictwem badania Radio Track, zasięg rozumiany jako pojedyncza osoba mająca kontakt ze spotem. Spoty kierowane do osób dorosłych.
10. Wykonawca zobowiązany jest do dostarczenia nagranego spotu. Wykonanie przedmiotu zamówienia w postaci emisji radiowej naziemnej strony potwierdzą każdorazowo w protokole zdawczo-odbiorczym, stwierdzającym zgodność jakościową i ilościową z umową przy rozliczeniu.
11. Wykonawca zobowiązany jest do przekazania na etapie przedstawienia propozycji realizacji kreatywnych działań kampaniiinformacji na temat zasięgu geograficznego zaproponowanej stacji/ zaproponowanych stacji – forma prezentacji jest dowolna, ale musi być czytelna i musi
z niej jednoznacznie wynikać, że wybrane stacje pokrywają swoim zasięgiem województwo lubelskie.

**3.** **Kampania telewizyjna o łącznym zasięgu województwa lubelskiego**

1. Produkcja spotów telewizyjnych i zapewnienie ich emisji (warunek konieczny: zasięg spotu na terenie całego województwa lubelskiego). Dopuszczalne różne stacje telewizyjne, spoty mają być dostępne dla mieszkańców województwa lubelskiego.
2. Ilość produkcji: 5 różnych spotów telewizyjnych (realizacja 2025 i 2026).
3. Łączna ilość emisji spotów 200.
4. Długość spotu powinna wynosić minimum 45 sekund maksymalnie 60 sekund.
5. Treści merytoryczne Zamawiający przekaże Wykonawcy – na podstawie, których Wykonawca przygotuje materiał.
6. Wykonawca zobowiązany jest do dostarczenia nagranych spotów. Wykonanie przedmiotu zamówienia w postaci pakietu emisji telewizyjnej spotu strony potwierdzą każdorazowo w protokole zdawczo-odbiorczym, stwierdzającym zgodność jakościową i ilościową z umową.

**4.** **Bilbordy o łącznym zasięgu województwa lubelskiego**

1. Projekt graficzny spójny z całością realizowanych działań podejmowanych w kampanii, przedstawiony do akceptacji przez Zamawiającego.
2. Każda ekspozycja ma być dostępna minimum 30 dni w danej lokalizacji.
3. Nie jest wymagane podświetlenie, ale dopuszczalne w czasie realizacji.
4. W wypadku uszkodzenia lub usterki bilbordów typu : nie dodruki ,zaplamienia, błędy montażowe ,źle położony kolor itp. Wykonawca jest zobowiązany do ponownej emisji bilbordu, który uległ uszkodzeniu.
5. Bilbordy udostępniane w jednym czasie mogą różnić się od siebie grafiką, treścią; w różnych lokalizacjach nie muszą być eksponowane w jednym czasie. Całość działań ma wynikać z konceptu Wykonawcy dotyczących skutecznej promocji, przy uwzględnieniu potrzeb Zamawiającego.
6. Nośnik o wymiarach około 5,04m x 2,38m
7. Umiejscowienie nośników w strategicznych miejscach wskazanych miejscowości przyciągających uwagę potencjalnych odbiorców podejmowanych działań projektowych – każdorazowo miejsca ekspozycji do akceptacji Zamawiającego.
8. Tabela 2 – PROPOZYCJA: przedstawienie zestawienia maksymalnego ilościowego
 i lokalizacji bilbordów w podziale na lata.

Tabela 2

|  |
| --- |
| **Ekspozycje minimum 30 dniowe** każdy bilbord |
| **Rok** | **Ilość bilbordów w każdym mieście** | **Miasta ekspozycji** | **Ilość łączna bilbordów** |
| 2025 | 18 | Lublin | 18 |
| 6 | **3 miejscowości**: Biała Podlaska, Chełm, Zamość | 18 |
| 3 | **16 miejscowości:** Biłgoraj, Hrubieszów, Janów Lubelski, Krasnystaw, Kraśnik, Lubartów, Łęczna, Łuków, Opole Lubelskie, Parczew, Puławy, Radzyń Podlaski, Ryki, Świdnik, Tomaszów Lubelski, Włodawa | 48 |
| 2026 | 6 | Lublin | 6 |
| 3 | **3 miejscowości:** Biała Podlaska, Chełm, Zamość | 9 |
| 1 | **16 miejscowości:** Biłgoraj, Hrubieszów, Janów Lubelski, Krasnystaw, Kraśnik, Lubartów, Łęczna, Łuków, Opole Lubelskie, Parczew, Puławy, Radzyń Podlaski, Ryki, Świdnik, Tomaszów Lubelski, Włodawa | 16 |

1. Wykonawca zobowiązany jest do dostarczenia dokumentacji fotograficznej potwierdzającej wykonanie przedmiotu zamówienia – w części dotyczącej realizacji w terenie bilbordów. Wykonanie przedmiotu zamówienia w postaci „bilbordów” potwierdzą każdorazowo w protokole zdawczo-odbiorczym, stwierdzającym zgodność jakościową i ilościową z umową
2. Siatka bilbordów musi być rozłożona w sposób równomierny tak aby kampania dotarła do jak największej liczby osób zainteresowanych.
3. Bilbordy nie mogą być zasłonięte przez istniejące elementy infrastruktury drogowej

 nieruchomości, zieleń bądź inne przeszkody uniemożliwiające ich widoczność

**5. Promocja w Internecie o łącznym zasięgu województwa lubelskiego**

1. Zamawiający posiada: własny profil na fb Lifelong Learning lubelskie, który będzie głównym miejscem działań informacyjno-promocyjnych Zamawiającego. Zamawiający pozostawia możliwość realizacji płatnych reklam graficznych w wybranych przestrzeniach fb zaproponowanych przez Wykonawcę i uzgodnionych wspólnie (poza własnym profilem fb)
2. Sugerowane działania na fb Lifelong Learning lubelskie:

b.1) sponsorowane posty na fb związane z aktualnymi wydarzeniami projektowymi. minimalnie 10 maksymalnie 15 sponsorowanych postów w okresie trwania umowy.

W ramach promocji postów (w tym wydarzeń) Wykonawca zobowiązuje się do uzyskania minimalnego zasięgu płatnego każdego z postów w wysokości 10 tysięcy, a wskaźnik aktywności dla każdego z nich musi osiągnąć minimum 600. Zasięg pojedynczego posta został określony przez Zamawiającego na minimalnym poziomie 10 tysięcy**.** Wykonawca zapewnia niezbędne materiały do produkcji , np.: płatną grafikę, muzykę itp.

b.2) reklama graficzna w formie obrazu na fb – minimum 10 maksymalnie 15 wersji reklam
w okresie trwania umowy, każda wersja aktywna przez minimum 10 dni. Ilość wyświetleń każdej reklamy w mediach społecznościowych w grupie docelowej – 20 000.

d) Płatna promocja postów i reklam będzie geotargetowana na województwo lubelskie według następującego podziału: 50% Lublin + Zamość + Chełm + Biała Podlaska, 50% pozostałe tereny województwa – w tym min. 15% na terenach wiejskich. Grupa docelowa szczegółowo będzie uzgadniana z Zamawiającym na późniejszym etapie.

e) Zadaniem Wykonawcy będzie dotarcie do potencjalnych odbiorców działań projektowych województwa lubelskiego. W przeciągu 5 miesięcy od dnia podpisania umowy Wykonawca ma doprowadzić swoimi działaniami, że liczniki profilu typu obserwujący oraz polubienia będą wskazywały liczby nie mniejsze niż 500 każde oraz w kolejnym roku o kolejne 500. Docelowe wartości to nie mniej niż 1000 tysiąc polubień i obserwujących – na dwa miesiące przez zakończeniem umowy lub zgodnie z zadeklarowanymi wartościami w ofercie przetargowej .

e) Niedopuszczalne jest tzw. kupowanie lajków czy fanów, np. w przypadku Facebooka niedopuszczalne jest osiąganie wskaźników poprzez sztuczne generowanie polubień strony, np. przy pomocy specjalnych programów lub np. przez osoby posiadające dużą liczbę sztucznych kont.

Fani powinni być pozyskani w sposób naturalny lub ze wsparciem usługi Facebook Ads (lub równoważnym). Zamawiający nie dopuszcza usługi „kupowania fanów”. Nowe polubienia, obserwacje itp. mogą być osiągane jedynie w sposób organiczny i/lub dzięki dodatkowej promocji treści, tj. za pomocą płatnych reklam, postów sponsorowanych itd.

f) Wykonawca zobowiązany jest do dostarczenia zestawienia podejmowanych działań na fb. Wykonanie przedmiotu zamówienia w przedmiotowej części potwierdzone zostanie każdorazowo w protokole zdawczo-odbiorczym, stwierdzającym zgodność jakościową
 i ilościową z umową.

**6.** **Środki komunikacji miejskiej o łącznym zasięgu województwa lubelskiego**

1. **Reklama na autobusach i trolejbusach – oklejenie pojazdu**

a.1 Zaleca się wybór autobusów/trolejbusów uznawanych za ekologiczne (np.: wodorowy,
na prąd – w zależności od dostępności, nie jest to warunek konieczny)

a.2 w danym okresie nie więcej niż 4 pojazdy w Lublinie

a.3 Tabela 3 – zestawienie zamówienia pod względem ilościowym i lokalizacji

a.4 powierzchnia oklejenia – „tył pojazdu ” lub inna dostępna możliwa powierzchnia
do oklejenia o wymiarze zbliżonym do tylnej szyby pojazdu.

Tabela 3

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Miasto** | **Rok** | **Ilość pojazdów** | **Ilość miesięcy****ekspozycji każdej reklamy na 1 pojeździe** |
| Lublin  | 2025 | 6 | 5 |
| 2026 | 3 | 5 |
| Biała Podlaska  | 2025 | 1 | 5 |
| Chełm  | 2025 | 1 | 5 |
| Zamość | 2025 | 1 | 5 |

1. **Reklama na słupach np.: trakcji trolejbusowej, oświetleniowej – miasto Lublin**

b.1 rozmieszczenie szpaleru flag/masztów reklamowych około 50 sztuk ok 1 m2 powierzchni każda, nadruk dwustronny, rozmieszczenie po obu stronach ulicy, **na odcinku minimum** 1 km w lokalizacji o dużym natężeniu ruchu i względnie długim czasie postoju/bardzo wolnego przemieszczania się; np. Aleja Unii Lubelskiej/ Aleja Tysiąclecia w kierunku Alei Solidarności, na okres minimum 2 miesięcy. Powierzchnia flag ma być widoczna bez względu na pogodę, tj., konstrukcja zapewniająca ekspozycję całej powierzchni reklamowej.

b.2 szczegóły do ustalenia na etapie realizacji zamówienia: trasa, termin – w okresie letnim

b.3 Wykonawca jest odpowiedzialny za dobór, produkcje, odpowiednich produktów do realizacji zamówienia tj. flag/masztów – do akceptacji przez Zamawiającego oraz uzyskanie wszelkich pozwoleń i ich opłacenie.

1. **Reklama na monitorach LCD w autobusach – Lublin**

c.1 Spoty Reklamowe – animacje graficzne ruchome bez dźwięku

c.2 Spoty związane z realizowanymi działaniami projektowymi i ogólnym konceptem kreatywnym.

c.3 Wykonawca opowiada za produkcje reklamy od projektu przez wykonanie i publikację.

c.4 Tabela 4 – zestawienie ilościowe, zostaną zrealizowane w 2025 r. i 2026 r.

 Tabela 4

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Miasto** | **Rok** | **Ilość pojazdów** | **Ilość dni****ekspozycji** **każdej reklamy** | **Czas reklamy** | **Ilość reklam**  |
| Lublin | 2025 | 20 | 14 | 15 sekund | 88 |
| 2026 | 20 | 14 | 15 sekund | 33 |

d) dotyczy a-b-c: Wykonawca zobowiązany jest do dostarczenia dokumentacji potwierdzającej wykonanie przedmiotu zamówienia. Wykonanie przedmiotu zamówienia w postaci „bilbordów” potwierdzą każdorazowo w protokole zdawczo-odbiorczym, stwierdzającym zgodność jakościową i ilościową z umową w rozliczeniu.

**7. Naklejki adhezyjne**

1. format A4 - możliwość dowolnego kształtu nie przekraczającego rozmiarów po przyłożeniu do formatu A4, dopuszczalne niewielkie odstępstwa od wymiarów, w razie konieczności realizacji Zaakceptowanego projektu graficznego.
2. Ilość maksymalna: 2 000 (możliwość realizacji kilku projektów graficznych)

Projekt graficzny naklejek – Wykonawca musi uzyskać akceptację od Zamawiającego.

1. Folia adhezyjna, możliwość wielokrotnego użycia, zapewnione odpowiednie opakowanie
2. Dostawa do siedziby WUP w Lublinie, ul. Lubartowska 74a, I piętro, pokój 110
3. Dostawa zapakowana w pudełka kartonowe o wadze max.10 kg, opisane w widocznym miejscu
4. Wykonawca wykonanie przedmiotu zamówienia potwierdza każdorazowo w protokole zdawczo-odbiorczym, stwierdzającym zgodność jakościową i ilościową z umową.

**8. Wydruk plakatów w formacie A1**

1. Ilość maksymalna plakatów: 4 000
2. Projekty graficzne:

- promujące doradztwo zawodowe; 1000 sztuk

- promujące kształcenie zawodowe; 1000 sztuk

- promujące idę Lifelong Learning lubelskie; 1000 sztuk

- promujące aktualne działania związane z realizacją zadań projektowych np.: rekrutacja ( 1000 sztuk w rozbiciu na kilka projektów graficznych do 6 max, w proporcjonalnych ilościach)

1. Wykonawca jest odpowiedzialny za realizację zadania w tym projekty graficzne (do akceptacji Zamawiającego) i ich produkcję.
2. Plakat jednostronny: kreda mat, gramatura minimum 170g,

uwaga: napisy główne powlekane lakierem (lakier wybiórczy) tylko dla promujące doradztwo zawodowe; 1000 sztuk; promujące kształcenie zawodowe; 1000 sztuk; promujące idę Lifelong Learning lubelskie; 1000 sztuk.

1. Dostawa do siedziby WUP w Lublinie, ul. Lubartowska 74a, I piętro, pokój 110.
2. Dostawa zapakowana w pudełka kartonowe o wadze max.10 kg, kartony opisane
w widocznym miejscu.
3. Wykonawca wykonanie przedmiotu zamówienia potwierdza każdorazowo w protokole zdawczo-odbiorczym, stwierdzającym zgodność jakościową i ilościową z umową.