

Kampania promocyjna na nośnikach reklamowych komunikacji miejskiej w 16 miastach wojewódzkich – szczegółowy opis zamówienia:

1. **Kampania w komunikacji miejskiej w stolicach 16 województw: Warszawa** (województwo mazowieckie), **Katowice** (śląskie), **Poznań** (wielkopolskie), **Kraków** (małopolskie), **Wrocław** (dolnośląskie), **Łódź** (łódzkie), **Gdańsk** (pomorskie), **Rzeszów** (podkarpackie), **Lublin** (lubelskie), **Bydgoszcz** (kujawsko-pomorskie), **Szczecin** (zachodniopomorskie), **Olsztyn** (warmińsko-mazurskie), **Kielce** (świętokrzyskie), **Białystok** (podlaskie), **Gorzów Wielkopolski** (lubuskie), **Opole** (opolskie).
- 1.1 Prezentacja dynamicznego spotu reklamowego (6 emisji w godzinie dla tramwajów + 6 emisji w godzinie dla autobusów, czas trwania jednej emisji: 15 sekund, **a w Warszawie 3 emisje w godzinie dla tramwajów, czas trwania jednej emisji: 15 sekund**) dostarczonych przez Zamawiającego, na monitorach LCD w pojazdach komunikacji miejskiej (autobusy + tramwaje) w ~~5~~4 miastach: **Warszawie, Krakowie, Łodzi, Szczecinie, Poznaniu:**
 - 1.1.1 Warszawa: autobusy - 150 pojazdów, tramwaje - ~~150~~266 pojazdów oraz Koleje Mazowieckie – 50 pojazdów;
 - 1.1.2 Kraków: autobusy - 150 pojazdów, tramwaje - ~~50~~60 pojazdów oraz Koleje Małopolskie – ~~20~~13 pojazdów.
 - 1.1.3 Łódź: autobusy - ~~80~~100 pojazdów, tramwaje - 50 pojazdów oraz Łódzka Kolej Aglomeracyjna – ~~20~~24 pojazdów;
~~Szczecin: autobusy – 40 pojazdów oraz tramwaje – 30 pojazdów;~~
 - ~~1.1.5~~1.1.4 Poznań: autobusy – ~~100~~110 pojazdów oraz tramwaje – ~~40~~43 pojazdów.
- 1.2 Prezentacja dynamicznego spotu reklamowego (6 emisji w godzinie dla autobusów; czas trwania jednej emisji: 15 sekund) dostarczonych przez Zamawiającego, na monitorach LCD w pojazdach komunikacji miejskiej – autobusach w 8 miastach: **Katowicach, Wrocławiu, Lublinie, Bydgoszczy, Kielcach, Białymstoku, Gorzowie Wielkopolskim, ~~Szczecinie~~Opolu:**
 - 1.2.1 Katowice (Górnośląski Okręg Przemysłowy): autobusy - ~~100~~72 pojazdów;
 - 1.2.2 Wrocław: autobusy - 150 pojazdów oraz Koleje Dolnośląskie – 50 pojazdów;
 - 1.2.3 Lublin: autobusy - 40 pojazdów;
 - 1.2.4 Bydgoszcz: autobusy - 20 pojazdów;
 - 1.2.5 Kielce: autobusy - 30 pojazdów;
 - 1.2.6 Białystok: autobusy - 20 pojazdów;
 - 1.2.7 Gorzów Wielkopolski: autobusy - 30 pojazdów.
 - ~~1.2.7~~1.2.8 ~~Szczecin: autobusy - 40 pojazdów;~~
 - ~~1.2.8~~ ~~Opole: autobusy – 10 pojazdów.~~
- 1.3 Prezentacja statycznego plakatu dostarczonego przez Zamawiającego, w ramach reklamowych w pojazdach komunikacji miejskiej – autobusach w ~~2~~3 miastach: **Rzeszów, Olsztyn, Opole:**
 - 1.3.1 Rzeszów: autobusy - 20 pojazdów;
 - 1.3.2 Olsztyn: autobusy - 20 pojazdów;
 - ~~1.3.2~~1.3.3 ~~Opole – autobusy – 10 pojazdów.~~
- 1.4 Prezentacja dynamicznego spotu reklamowego (6 emisji w godzinie; czas trwania jednej emisji: 15 sekund) dostarczonego przez Zamawiającego, na monitorach LCD w 50 pojazdach SKM w Trójmieście.

2. Kampania w komunikacji miejskiej na nośnikach reklamowych w warszawskim metrze:

- 2.1. Prezentacja dynamicznego spotu reklamowego (3 emisje w godzinie, czas trwania jednej emisji: 15 sekund) dostarczonych przez Zamawiającego, na monitorach LCD w 50 wagonach warszawskiego metra) przez pół każdego dnia trwania kampanii w godzinach 06.00-16.00 lub 16:00-23:00 z możliwością wyboru bloku godzinowego przez Zamawiającego;
- 2.2. Prezentacja dynamicznego spotu reklamowego na telebimie we wnętrzu metra (wspólna pętla I i II linii metra) przy Metrze Świętokrzyska – czas trwania jednej emisji: 3 emisje w godzinie, 15 sekund dostarczonych przez Zamawiającego, przez pół każdego dnia trwania kampanii w godzinach 06.00-16.00 lub 16:00-23:00 z możliwością wyboru bloku godzinowego przez Zamawiającego;
- 2.3. Prezentacja dynamicznego spotu reklamowego (3 emisje w godzinie, czas trwania jednej emisji: 15 sekund) dostarczonych przez Zamawiającego, na 30 ekranach InfoScreen na peronach warszawskiego metra, przez pół każdego dnia trwania kampanii w godzinach 06.00-16.00 lub 16:00-23:00 z możliwością wyboru bloku godzinowego przez Zamawiającego;

Czas trwania kampanii każdego elementu kampanii opisanego w ppkt 1.1.1. – 1.1.5., 1.2.1. – 1.2.8., 1.3.1. – 1.3.2. oraz 2.1. - 2.3. to min. 14 dni kalendarzowych, co oznacza, że każdy element opisany powyżej musi eksponowany zgodnie z OPZ min. 14 dni.

Dokładne daty kampanii Zamawiający ustali w Wykonawcą po zakończeniu kampanii, preferowany termin kampanii to pierwsza połowa grudnia 2022.