

ZAŁĄCZNIKI DO SWZ

Załącznik nr 1 do SWZ – Opis Przedmiotu Zamówienia

I. Kampania promocyjna na nośnikach reklamowych komunikacji miejskiej i pociągach – szczegółowy opis zamówienia:

1. Ekspozycja dynamicznego spotu reklamowego (czas trwania jednej emisji: 15 sekund) dostarczonego przez Zamawiającego, na monitorach LCD w pojazdach komunikacji miejskiej i pociągach w oparciu o następujące parametry:
 - 1.1. **Warszawa:**
 - autobusy - 150 pojazdów (4 emisje w godzinie),
 - tramwaje - 266 pojazdów (3 emisje w godzinie),
 - Koleje Mazowieckie – 127 pojazdów (6 emisji w godzinie);
 - 1.2. **Kraków:**
 - autobusy - 150 pojazdów (**2** emisje w godzinie),
 - tramwaje - 60 pojazdów (**3** emisje w godzinie),
 - Koleje Małopolskie – 13 pojazdów (4 emisje w godzinie),
 - 1.3. **Łódź:**
 - autobusy - 220 pojazdów (6 emisji w godzinie),
 - Łódzka Kolej Aglomeracyjna – 34 pojazdów (**4** emisje w godzinie),
 - 1.4. **Poznań:**
 - autobusy – 110 pojazdów (6 emisji w godzinie),
 - tramwaje – 43 pojazdów (6 emisji w godzinie),
 - Koleje Wielkopolskie – 60 pojazdów (6 emisji w godzinie),
 - 1.5. **Katowice** (Górnośląski Okręg Przemysłowy):
 - autobusy - 72 pojazdów (6 emisji w godzinie)
 - Koleje Śląskie – 38 pojazdów (6 emisji w godzinie);
 - 1.6. **Wrocław:**
 - autobusy - 150 pojazdów (6 emisji w godzinie),
 - Koleje Dolnośląskie – 20 pojazdów (4 emisje w godzinie),
 - 1.7. **Lublin:**
 - autobusy - 40 pojazdów (6 emisji w godzinie),
 - 1.8. **Bydgoszcz:**
 - autobusy - 20 pojazdów (6 emisji w godzinie),
 - 1.9. **Kielce:**
 - autobusy - 52 pojazdów (6 emisji w godzinie),
 - 1.10. **Białystok:**
 - autobusy - 22 pojazdów (6 emisji w godzinie),
 - 1.11. **Gorzów Wielkopolski:**
 - autobusy - 30 pojazdów (6 emisji w godzinie),
 - 1.12. **Szczecin:**
 - autobusy - 40 pojazdów (6 emisji w godzinie),
 - 1.13. **Trójmiasto:**
 - kolejka PKM – 20 pojazdów (6 emisji w godzinie).

2. Ekspozycja statycznego plakatu (produkcja plakatów po stronie Wykonawcy) w ramach reklamowych w pojazdach komunikacji miejskiej – autobusach / tramwajach w 4 miastach:

2.1. Rzeszów: autobusy - 20 pojazdów,

2.2. Olsztyn: autobusy - 20 pojazdów,

2.3. Opole: autobusy – 10 pojazdów,

2.4. Łódź: tramwaje – 70 pojazdów.

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

- 3.1. ekspozycja dynamicznego **spotu reklamowego** (4 emisje w godzinie, czas trwania jednej emisji: 15 sekund) dostarczonego przez Zamawiającego, na monitorach LCD w **50 wagonach warszawskiego metra** przez cały dzień kursowania metra (w godz. 05.30 do 00.30) każdego dnia trwania kampanii,
- 3.2. ekspozycja dynamicznego spotu reklamowego na **3 telebimach** we wnętrzu metra (wspólna pętla I i II linii metra, górne przejście podziemne między stacjami) przy **Metrze Świętokrzyska** – czas trwania jednej emisji: 12 emisji w godzinie, 15 sekund dostarczonych przez Zamawiającego, przez cały dzień, każdego dnia trwania kampanii,
- 3.3. ekspozycja dynamicznego **spotu reklamowego** (11 emisji w godzinie, czas trwania jednej emisji: 15 sekund) dostarczonego przez Zamawiającego **na 13 ekranach InfoScreen** na peronach warszawskiego metra, przez pół każdego dnia trwania kampanii w godzinach 05.30-15.00 lub 15:00-00:30 z możliwością wyboru bloku godzinowego przez Zamawiającego,
- 3.4. ekspozycja dynamicznego **spotu reklamowego** (11 emisji w godzinie, czas trwania jednej emisji: 15 sekund) dostarczonego przez Zamawiającego **na 18 ekranach Digital Metroboard na peronach warszawskiego metra**, przez pół każdego dnia trwania kampanii w godzinach 05.30-15.00 lub 15:00-00:30 z możliwością wyboru bloku godzinowego przez Zamawiającego.

II. Harmonogram i inne informacje dot. realizacji kampanii:

1. **Czas trwania ekspozycji każdego nośnika wymienionego w ust. I – 14 dni kalendarzowych.**
2. **Kampania zostanie wykonana w terminach wynikających z OPZ, jednak jej rozliczenie nastąpi całościowo w grudniu 2022 r. (jeżeli kampania zakończy się w grudniu 2022 r.) albo zostanie rozliczona częściowo w grudniu 2022r. oraz pozostała część kampanii w styczniu 2023 r. – strony rozliczą się wtedy za faktyczną liczbę dni w których kampania była świadczona (w grudniu i styczniu) po cenie za jeden dzień świadczenia usług (cena wynikająca ze złożonej oferty) w następujący sposób:**
 - liczba dni kampanii zrealizowanej w grudniu 2022 r. zostanie rozliczona fakturą dostarczoną do Zamawiającego do dn. 27.12.2022 r.;
 - jeśli kampania będzie realizowana również w styczniu 2023 r., to liczba dni kampanii zrealizowanej w styczniu 2023 r. zostanie rozliczona fakturą dostarczoną do Zamawiającego w styczniu 2023 r.
3. **Zamawiający przekaze Wykonawcy materiały niezbędne do prowadzenia kampanii w dniu podpisania umowy.**

4. **Harmonogram kampanii** zostanie opracowany przez Wykonawcę i przedstawiony Zamawiającemu w terminie **do 1 dnia roboczego od dnia przekazania materiałów niezbędnych do prowadzenia kampanii**, o których mowa w pkt 3 powyżej. Zamawiający zgłosi uwagi do harmonogramu w terminie **1 dnia roboczego** od dnia dostarczenia przez Wykonawcę harmonogramu.
5. Wykonawca zobowiązany jest przesłać Zamawiającemu **raport z przeprowadzonych działań promocyjnych** (Wykonawca oprócz informacji dot. zrealizowanych działań powinien dołączyć materiały potwierdzające realizację kampanii np. zdjęć poszczególnych nośników reklamowych z ekspozycjami określonymi w OPZ; szczegóły dot. materiałów/informacji jakie muszą znaleźć się w raporcie, Zamawiający uzgodni z Wykonawcą w trakcie realizacji kampanii) **w terminie do dn. 23.12.2022 r. – dla kampanii realizowanej w grudniu 2022 r., do 5 dni roboczych od dnia zakończenia kampanii realizowanej w styczniu 2023 r. Jeśli całość działań kampanijnych zakończy się w 2022 r. raport dot. kampanii musi zostać dostarczony do dn. 23.12.2022 r.**
6. **Kwota jaką Zamawiający przeznaczyć na realizację Przedmiotu zamówienia to 350 000,00 zł brutto.**