

Załącznik nr 1 do Projektowanych postanowień umowy

Opis przedmiotu zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie kampanii świadomościowej na potrzeby projektu „Opolskie gościnne - Wsparcie integracji społecznej obywateli państw trzecich” w ramach Funduszy Europejskich działanie 6.4 Wspieranie integracji społeczno-gospodarczej państw trzecich, dotyczącej promowania województwa opolskiego, jako województwa gościnnego wobec cudzoziemców spoza Unii Europejskiej, budowania pozytywnych relacji między mieszkańcami regionu a cudzoziemcami oraz zachęcanie cudzoziemców do aktywizacji na opolskim rynku pracy jak i rozpoczęcia nauki.

I. Cele kampanii

1. Wsparcie poczucia bezpieczeństwa cudzoziemców spoza Unii Europejskiej zamieszkujących województwo opolskie oraz zachęcanie do rozpoczęcia życia rodzinnego, aktywności na opolskim rynku pracy czy kształcenia się.
2. Kształtowanie pozytywnego nastawienia mieszkańców regionu do osiedlających się migrantów, zwiększenie świadomości budującej wzajemny szacunek, integracji i zrozumienie.
3. Zachęcenie, pokazanie pracodawcom, że warto zatrudniać cudzoziemców, a cudzoziemcom, że pracodawcy są chętni przyjmować ich do pracy.

II. Zasięg kampanii:

Województwo opolskie.

III. Czas trwania kampanii

1. Kampania będzie trwała maksymalnie 6 miesięcy (z uwzględnieniem harmonogramu stanowiącego zał. nr 2 do OPZ) od dnia zawarcia umowy. Ze względu na konieczność rozliczenia środków kampania musi się zakończyć do 31.01.2026 r.

IV. Grupy docelowe kampanii:

Kampania świadomościowa kierowana będzie głównie do:

1. Cudzoziemców spoza Unii Europejskiej zamieszkujących w województwie opolskim.

2. Mieszkańców województwa opolskiego (Polaków).
3. Pracodawców działających i mających swoją siedzibę w województwie opolskim.
4. Uczniów akademickich spoza Unii Europejskiej, którzy rozpoczynają swoją aktywność na rynku pracy, oraz młodzieży od lat 16 uczącej się w opolskich szkołach.

V.Ogólne zasady współpracy:

1. Obowiązkowym elementem oznakowania materiałów oraz przekazów wytworzonych w ramach kampanii są wzory materiałów graficznych dla programu Fundusze Europejskie dla Opolskiego oraz zestawienie znaków oznaczających współfinansowanie unijne, bądź innych oznaczeń w zależności od potrzeb Zamawiającego zgodnie z wymogami określonymi w:
 - 1) Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta Funduszy Europejskich na lata 2021 – 2027 w zakresie informacji i promocji
https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/127192/Podrecznik_wnioskodawcy_i_beneficjenta_FE_2021_27w_zakresie_informacji_i_promocji.pdf ,
 - 2) Księdze Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie 2021 – 2027
https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/128891/ksiega_marki_fe_styczen_2024.pdf,
- W ramach realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania wszystkich materiałów zgodnie z warunkami określonymi w Standardach dostępności dla polityki spójności 2021-2027 stanowiących załącznik nr 2 do
<https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/dokumenty/wytyczne-dotyczace-realizacji-zasad-rownosciowych-w-ramach-funduszy-unijnych-na-lata-2021-2027-1/>
2. Wykonawca prześle Zamawiającemu drogą e-mail wszystkie materiały promocyjne w formatach:
 - dla grafik: JPEG, PNG, SVG.
 - dla dokumentów: PDF, DOC/DOX.
 - dla materiałów wideo: MP4.
 - dla audio: MP3
3. Wszystkie czynności wymagające uzgodnień, akceptacji lub innych działań wymagających współpracy między stronami podczas realizacji kampanii będą

dokonywane drogą elektroniczną ustaloną w umowie w § 5 ust. 2.

4. Terminy realizacji poszczególnych działań promocyjnych w ramach kampanii opisane w rozdz. VI mogą ulec zmianie, pod warunkiem uzyskania wcześniejszego porozumienia i akceptacji Zamawiającego drogą mailową. Wszelkie zmiany harmonogramu działań nie mogą jednak wpływać negatywnie na osiągnięcie celów kampanii oraz końcowy termin jej realizacji będzie dokonywana etapami, po każdym ukończonym etapie przedmiotu umowy zgodnie z harmonogramem realizacji działań kampanii (zał. nr 2 do OPZ) oraz zapisami w umowie.

VI. Zadania realizowane podczas kampanii:

1. Oznakowanie kampanii

Stworzenie wiodącego hasła kampanii oraz grafiki (Key Visual) dla wszystkich form przekazu w ramach kampanii świadomościowej w 4 językach (polski, angielski, ukraiński, rosyjski) – grafiki i hasła mają być jednoznacznie kojarzone z kampanią.

1) Zasady współpracy:

- a) Wykonawca przygotuje i prześle Zamawiającemu projekt 3 koncepcji Key Visual i hasła przewodniego w terminie 5 dni roboczych od zawarcia umowy.
- b) Zamawiający przed zatwierdzeniem hasła kampanii oraz grafiki (Key Visual) wniesie swoje uwagi i poprawki do ich projektu(-ów) w terminie 5 dni roboczych lub zatwierdzi projekt.
- c) Wykonawca zobowiązany jest do naniesienia poprawek do projektu(-ów) hasła kampanii oraz grafiki (Key Visual) w terminie do 2 dni roboczych od przesłania uwag przez Zamawiającego.
- d) Zamawiający zatwierdzi jeden projekt hasła kampanii oraz grafiki (Key Visual) w terminie 2 dni roboczych.
- e) Zamawiający zastrzega sobie możliwość odrzucenia przygotowanej grafiki i hasła oraz żądania przygotowania nowego projektu.
- f) Wykonawca po zatwierdzeniu projektu opracuje Brand book'a (księgę znaku), czyli spójną identyfikację wizualną (obsługa logo) dla materiałów elektronicznych i drukowanych w terminie 10 dni roboczych.
- g) Ostateczny projekt – zaakceptowany przez Zamawiającego będzie przekazany przez Wykonawcę do Zamawiającego drogą e-mail w formacie JPEG, PNG, SVG. Key visual

kampanii będzie dostarczony także w wersji wektorowej w terminie 3 dni roboczych od akceptacji projektu.

2. Projekt graficzny do zastosowań reklamowych

Stworzenie 3 projektów graficznych w 4 językach (polski, angielski, ukraiński, rosyjski) stanowiących podstawę do tworzenia materiałów promocyjnych, zarówno w druku, jak i reklamie internetowej.

1) Zasady współpracy:

- a) Zamawiający po otrzymaniu zgody na przetwarzanie i przekazanie danych osobowych prześle Wykonawcy listę osób, spośród których Wykonawca wybierze 3 osoby do udziału w kampanii – cudzoziemców współpracujących z Centrum Integracji Cudzoziemców w Opolu, tj. imię i nazwisko, telefon kontaktowy, e-mail.
- b) Zamawiający prześle Wykonawcy listę laureatów konkursu „Opolska firma przyjazna cudzoziemcom” celem wyboru 2 firm do udziału w kampanii. Wykonawca skontaktuje się z firmami i wybierze firmy do kampanii.
- c) Wykonawca wybierze 2 studentów z opolskich uczelni do udziału w kampanii świadomościowej i przedstawi wybór do zaakceptowania Zamawiającemu.
- d) Wykonawca sporządzi docelowo 3 projekty graficzne w 4 językach (polski, angielski, ukraiński, rosyjski), projekty te będą nawiązywały:
 - Projekt 1 – do obszaru opolskiego rynku pracy ze szczególnym uwzględnieniem pracodawców,
 - Projekt 2 – do obszaru edukacji w województwie opolskim,
 - Projekt 3 – do obszaru życia społecznego w województwie opolskim.
- e) Wykonawca opracuje, przygotuje i prześle Zamawiającemu propozycje 6 projektów graficznych (po 2 na każdy ww. projekt) w terminie 5 dni roboczych od zaakceptowania hasła kampanii/grafiki/Key Visual.
- f) Zamawiający zatwierdzi projekty lub wniesie swoje uwagi i poprawki w terminie 5 dni roboczych od przesłania przez Wykonawcę propozycji grafik.
- g) Wykonawca zobowiązany jest do naniesienia wniesionych poprawek w terminie do 2 dni roboczych.
- h) Zamawiający zastrzega sobie możliwość odrzucenia przygotowanego projektu grafiki i żądania przygotowania nowego projektu.

- i) Ostateczny projekt, każdej z trzech grafik – zaakceptowany przez Zamawiającego - będzie przekazany przez Wykonawcę w formacie JPEG, PNG, SVG.
- j) Projekty graficzne muszą być opracowane w formie wektorowej, umożliwiającą skalowanie i dostosowywanie do różnych wielkości banerów oraz innych form promocyjnych.

3. Strona internetowa wizytówkowa

Zaprojektowanie, wykonanie strony internetowej wizytówkowej oraz administrowanie ww. stroną internetową spełniającą minimalne wymagania techniczne i funkcjonalne zawarte w pkt 8 niniejszego ustępu.

- 1) Strona będzie działała na potrzeby projektu Opolskie gościnne - Wsparcie integracji społecznej obywateli państw trzecich w ramach Funduszy Europejskich działanie 6.4 Wspieranie integracji społeczno-gospodarcze państw trzecich.
- 2) Strona będzie prowadzona pod nazwą: opolskiegoscinne.pl
Wykonawca ma obowiązek wykupienia domeny i hostingu dla strony opolskiegoscinne.pl. do końca trwania kampanii świadomościowej.
W przypadku niedostępności domeny i hostingu opolskiegoscinne.pl Wykonawca wskaże Zamawiającemu minimum 2 alternatywne propozycje domeny. Ostateczny wybór domeny i hostingu nastąpi po akceptacji Zamawiającego.
- 3) Wykonawca zobowiązany jest do dokonania cesji praw do domeny oraz przekazania pełnej kontroli nad usługą hostingową na rzecz Zamawiającego najpóźniej do 3 dni od zakończenia umowy lub zarchiwizowania strony zgodnie z wolą Zamawiającego.
Jednocześnie Zamawiający zastrzega możliwość żądania dokonania cesji praw do domeny oraz przekazania pełnej kontroli nad usługą hostingową na rzecz Zamawiającego w każdym momencie trwania kampanii, w terminie do 5 dni roboczych od dnia wezwania Wykonawcy do dokonania cesji.
- 4) Cesja obejmuje przeniesienie wszelkich praw do zarządzania domeną, w tym dostępów do panelu administracyjnego rejestratora oraz pełne prawa do korzystania z hostingu, w tym loginów i haseł dostępu do serwera. Po dokonaniu cesji Zamawiający stanie się jedynym właścicielem domeny oraz hostingu.
- 5) Na stronie internetowej będą zamieszczone logotypy – zestawienie znaków, hasztagi zgodne z zasadami określonymi zapisami Podręcznika wnioskodawcy i beneficjenta

Funduszy Europejskich na lata 2021-2027 w zakresie informacji i promocji, Księgi Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie 2021-2027 oraz znak graficzny dostępny na stronie Programu Fundusze Europejskie dla Opolskiego 2021-2027 pod adresem www.funduszeue.opolskie.pl. Logotyp (zestawienie znaków) musi być umieszczony na stronie startowej strony internetowej w statycznym nagłówku.

- 6) Na stronie internetowej będzie zamieszczony opis projektu zgodny z zasadami określonymi w [Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta Funduszy Europejskich na lata 2021-2027 w zakresie informacji i promocji](#) (Osobna Zakładka – O projekcie).
- 7) Na stronie będą zamieszczane treści świadomościowe zgodne z głównym celem kampanii, tj.:
 - a) teksty,
 - b) grafiki/ infografiki,
 - c) zdjęcia, filmy (w tym spot filmowy opisany w rozdz. VI ust. 4 OPZ),
 - d) wykresy/diagramy.
- 8) Zasady współpracy:
 - a) Zamawiający przedstawi proponowaną koncepcję (szczegółowy opis zawarty w lit. i) wykonania strony, natomiast Wykonawca jest zobowiązany do uzupełnienia tej koncepcji, aby była jak najbardziej atrakcyjna. Wszelkie elementy strony internetowej, w tym motywy grafik/zdjęć winny mieć charakter międzykulturowy, integrujący.
 - b) Wykonawca opracuje projekt układu strony wizytówkowej w terminie do 5 dni roboczych od zawarcia umowy (tj. rozmieszczenie na stronie niezbędnych elementów takich jak: ologowanie, baner, zakładki, zdjęcia, filmy, moduły).
 - c) Zamawiający w ciągu 5 dni roboczych od otrzymania projektu układu strony prześle swoje uwagi lub zaakceptuje projekt.
 - d) Wykonawca ma 3 dni robocze na wprowadzenie przekazanych przez Zamawiającego uwag, o których mowa w lit. c) i przekazania projektu do akceptacji Zamawiającemu.
 - e) Zmiany będą dokonywane przez Wykonawcę do czasu pełnej akceptacji Zamawiającego.
 - f) Zamawiający prześle Wykonawcy przykładowe treści tekstowe do umieszczenia na stronie internetowej w terminie do 2 dni roboczych od podpisania umowy, a Wykonawca jest zobowiązany do uzupełnienia przekazanych treści o dodatkowe informacje, które zwiększą atrakcyjność i zaangażowanie odbiorców. Może również

zaproponować inne treści angażujące i dostosowane do specyfiki odbiorców z woj. opolskiego.

- g) Zamawiający jest odpowiedzialny za aktualizowanie treści na stronie internetowej z pozycji redaktora strony.
- h) W przypadku opracowania infografiki, grafiki, wykresu, filmu itp. na których znajduje się tekst, Wykonawca zobowiązany jest do przetłumaczenia go w 4 językach: polski, angielski, ukraiński, rosyjski.
- i) Przedstawiona koncepcja musi zawierać:
 - Opracowany baner na stronie głównej z wykorzystaniem wizerunków migrantów spoza Unii Europejskiej oraz Polaków.
 - Tekst nawiązujący do gościnności województwa opolskiego.
 - Wykorzystanie spotu filmowego (rozdz. VI ust. 4) kampanii.
 - opracowane we współpracy z Zamawiającym narzędzia (moduł) mającego zachęcić do odwiedzania strony. Opracowane narzędzie będzie zatwierdzone przez Zamawiającego.

Moduł, którego zadaniem jest zaangażowanie odbiorców - mieszkańców województwa, w tym cudzoziemców do działań wpisujących się w cele kampanii. Mogą to być np.: konkursy wraz z ufundowaniem nagród, „opis swojej historii”, powiązań z woj. opolskim, przesłanie fotografii lub filmów – przy czym propozycje te mają charakter przykładowy. Koszty ufundowania nagród leżą po stronie Wykonawcy.

- Wymagane jest, aby adresowane były do co najmniej dwóch grup docelowych:
 - Cudzoziemców spoza Unii Europejskiej zamieszkujących w województwie opolskim.
 - Mieszkańców województwa opolskiego (Polaków).
- j) W celu stworzenia modułu, o którym mowa w rozdz. VI ust. 3 pkt 8 lit. i) Wykonawca przedstawi Zamawiającemu 3 propozycje aktywności, zaangażowania odbiorców, z których Zamawiający wybierze 1. Propozycje zostaną przekazane Zamawiającemu w wersji elektronicznej.
- k) W przypadku organizacji konkursu lub innych aktywności prowadzonych za pośrednictwem strony internetowej. Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność formalno-prawną za ich realizację, w tym za przygotowanie regulaminów, zgodność działań z przepisami RODO, pozyskanie niezbędnych zgód oraz uregulowanie kwestii

praw autorskich i wizerunkowych

- l) Zamawiający ma prawo zgłaszania uwag do wybranych propozycji, a Wykonawca zobowiązuje się do ich wprowadzenia.
 - m) Wykonawca zobowiązuje się do wprowadzenia każdorazowo wszystkich uwag Zamawiającego w terminie 2 dni roboczych od momentu ich zgłoszenia i przekazania kolejnej wersji (w wersji elektronicznej).
 - n) Proces konsultacji pomiędzy Zamawiającym a Wykonawcą będzie trwał do momentu mailowej akceptacji przez Zamawiającego propozycji aktywności w module strony.
 - o) Wykonawca może zaproponować inne narzędzie zachęcające do odwiedzenia strony.
- 9) Wymagania techniczne i funkcjonalne:
- a) Layout zgodny z obecnymi trendami web-designu z uwzględnieniem specyfiki projektu „Opolskie gościnne - Wsparcie integracji społecznej obywateli państw trzecich” (projekt strony, tj. rozmieszczenie na stronie, kolorystyka, motywy grafik/zdjęć skojarzonych z logo projektu leżą po stronie Wykonawcy).
 - b) Strona musi posiadać zainstalowaną wtyczkę tłumaczenia strony w 4 wersjach językowych: polski, ukraiński, rosyjski i angielski. Na stronie muszą pojawić się ikony (flagi), po których naciśnięciu strona jest tłumaczona na dany język.
 - c) WCAG - Strona wykonana zgodnie z ustawą z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych, a w tym:
 - musi posiadać belkę z funkcjami dla osób z ograniczeniami,
 - musi posiadać funkcję włączenia szablonu o wysokim kontraście,
 - musi dawać możliwość nawigowania po stronie za pomocą klawiatury,
 - na stronie musi być umieszczona deklaracja zgodności wymagana przez ustawę o dostępności cyfrowej.
 - d) Strona internetowa musi być wykonana w oparciu o system zarządzania treścią (CMS) umożliwiający samodzielnią i bezpłatną edycję i rozbudowę strony internetowej wizytówkowej przez Zamawiającego, bez posiadania umiejętności programowania.
 - e) Strona internetowa i system zarządzania treścią musi zostać zabezpieczony przed włamaniami, działalnością wirusów i botów oraz przed dostępem dla osób nieupoważnionych, a w szczególności:
 - panel administratora do edycji strony musi być zabezpieczony hasłem możliwym każdorazowo do zmiany przez Wykonawcę.

- każdy użytkownik ma posiadać swój login i hasło z możliwością ustawienia uprawnień tylko do wybranych modułów strony.
 - system logowania ma blokować adresy IP i użytkownika na 10 minut po 3 nieudanych próbach logowania.
 - system logowania ma zabezpieczać stronę przed słownikowymi atakami na hasło, czyli zablokować adres IP dodając go do czarnej listy adresów IP zarządzanej przez administratora po 5 nieudanych próbach logowania administratora pod rząd. Informacja o blokadzie ma zostać wysłana e-mailem do administratora głównego.
- f) Na stronie zostanie zainstalowany certyfikat SSL w taki sposób, aby połączenie ze stroną było bezpieczne i żadne linki w kodzie strony nie używały szyfrowanego połączenia.
- g) Wykonawca zapewni szkolenie z obsługi i edycji zawartości strony internetowej dla 2 osób wchodzących w skład zespołu Zamawiającego. Szkolenie może odbyć się online w formie wideo konferencji. Szkolenie musi się odbyć w sierpniu 2025 r. Dokładny termin szkolenia będzie ustalony w porozumieniu z Zamawiającym.
- h) Wykonawca zapewni wsparcie techniczno-informatyczne przez cały okres działania kampanii.
- i) Wykonawca zapewni archiwizację strony, jeżeli Zamawiający postanowi o takiej konieczności.
- j) Strona internetowa ma być zakodowana zgodnie ze standardami HTML5.0. Strona w walidacji W3C.
- k) Strona internetowa ma być zakodowana tak, aby była zgodna z przeglądarkami Google Chrome, Mozilla FireFox, Microsoft Edge, Opera, Safari w wersjach wydanych w roku zamówienia strony internetowej.
- l) Strona ma być zakodowana zgodnie z zasadami SEO wspierającymi pozycjonowanie.
- m) Strona ma być zakodowana zgodnie z zasadami RWD tak, aby treści poprawnie wyglądały na urządzeniach mobilnych o różnych rozdzielczościach w przedziale szerokości ekranu od 360 pikseli do 3840 pikseli (4K).
- n) Wykonawca podepnie pod stronę internetową system statystyk odwiedzin Google Analytics oraz Pixel Facebooka.
- o) Wykonawca strony zapewni serwer hostingowy i utrzymanie strony na serwerze do końca kampanii.

p) Obowiązkowo:

- Wszystkie wpisy na stronie przed ich publikacją mają mieć funkcję “zapisz jako szkic/draft” z możliwością akceptacji przez innego administratora.
- Wpisy mają mieć możliwość planowania publikacji.
- Planowana publikacja musi odbywać się automatycznie.
- Historia zmian - wszelkie zmiany w treści wpisów na stronie będą zapisywane w postaci historii zmian z możliwością przywrócenia poprzednich wersji wpisu.
- Każda zmiana będzie posiadała dodatkowe dane audytowe takie jak data oraz nazwę użytkownika, który dokonał zmiany.
- Strona musi zapewnić realizację obowiązków informacyjnych wynikających z rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) – (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1) poprzez wyświetlanie informacji dotyczących polityki prywatności zawierającej informacje o przetwarzaniu danych i wykorzystywania plików Cookie – dokumenty zostaną przygotowane przez Zamawiającego (klauzula RODO i Polityka prywatności) i przekazane do umieszczenia przez Wykonawcę na stronie.
- Na stronie musi znajdować się deklaracja dostępności, zgodnie z wytycznymi Ministerstwa Cyfryzacji. Deklaracja dostępności zostanie przygotowana przez Zamawiającego i przekazana do umieszczenia przez Wykonawcę na stronie.
- Strona musi być stworzona z uwzględnieniem wymagań w zakresie dostępności dla osób niepełnosprawnych oraz projektowania z przeznaczeniem dla wszystkich użytkowników, zgodnie z art. 100 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. 2024 r., poz. 1320) oraz zgodnie z art. 4 ust. 3 w zw. z ust. 4 ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (Dz. U. 2024 r., poz. 1411).
- Strona musi być stworzona z uwzględnieniem wymagań określonych w Załączniku nr 2 do Wytycznych dot. Realizacji zasad równościowych w ramach funduszy unijnych na lata 2021 – 2027, tj. „Standardy dostępności dla polityki spójności 2021 – 2027”.

4. Spot filmowy

Opracowanie produkcji i wdrożenie spotu promocyjnego.

Spot filmowy ma pokazywać opolską gościnność związaną z pracą, edukacją, integracją międzyludzką.

1) Zasady współpracy:

- a) Wykonawca opracuje scenariusz, zmontuje i wyprodukuje spot filmowy trwający 30 sekund oraz skróconą wersję spotu trwającą 15 sekund. Obie wersje będą nagrane w języku polskim z uwzględnieniem napisów w językach: angielskim, ukraińskim, rosyjskim do 20 dni roboczych od zawarcia umowy. Dobór aktorów/lektorów/głosów, zakup/nagranie podkładu muzycznego muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego. Wykonawca do udziału w spotcie filmowym zaprosi te same osoby, co do projektów graficznych (rozdz. VI ust. 2). Zmiana osób uczestniczących w spotcie wymaga zgody mailowej Zamawiającego.
- b) Zamawiający zatwierdzi projekt lub wniesie swoje uwagi i poprawki w terminie 5 dni roboczych od przesłania przez Wykonawcę propozycji spotu.
- c) Wykonawca zobowiązany jest do naniesienia poprawek w terminie do 3 dni roboczych.
- d) Zamawiający zastrzega sobie możliwość odrzucenia przygotowanej wersji spotu i żądania przygotowania nowego.
- e) Ostateczny projekt spotu – zaakceptowany przez Zamawiającego będzie przekazany przez Wykonawcę na nośniku pendrive do siedziby Zamawiającego.

2) Parametry techniczne:

- a) Czas trwania spotu: 30 sekund.
- b) Skrócona wersja spotu: 15 sekund (przeznaczona do emisji w miejscach wymagających krótszego czasu reklamowego).
- c) Spot nagrany w standardzie umożliwiającym wielokrotną jego emisję w formatach odpowiadających standardom mediów, w których będą emitowane (Internet, social media, ekrany LCD w instytucjach użyteczności publicznej, środkach komunikacji publicznej, kino).
- d) Jakość Ultra High Definition – 4K.
- e) Ostatni kadr spotu musi zawierać informację o projekcie i wymagane logotypy.

5. Emisja spotu filmowego

1) Zasady współpracy:

a) Wykonawca zagwarantuje emisję spotu opisanego w rozdz. VI ust. 4:

- w jednym kinie w Opolu znajdującym się w galerii handlowej oraz w jednym kinie znajdującym się w galerii handlowej w Kędzierzynie Koźlu. Emisja spotu on screen (na sali kinowej) ma nastąpić przed filmami skierowanymi do wszystkich grup wiekowych, tj. zarówno przed filmami przeznaczonymi dla dorosłych, jak i przed filmami rodzinnymi oraz dla dzieci.
- na 20 monitorach LCD w pociągach na trasie przebiegającej przez teren województwa opolskiego. Emisja spotu: minimum dwa razy dziennie w wybranych pociągach kursujących na minimum 5-ciu liniach. Wykonawca przedstawi listę proponowanych linii Zamawiającemu. Emisja spotu na monitorach LCD w pociągach odbędzie się na liniach zaakceptowanych przez Zamawiającego. Emisja spotu: w godzinach 08:00 – 18:00.
- na monitorach LCD w siłowniach klubów fitness (po 2 kluby w Opolu i Nysie). Emisja spotu: dwa razy dziennie w godzinach 17:00 – 20:00. Wykonawca przedstawi listę proponowanych klubów fitness do akceptacji Zamawiającemu.

b) Wykonawca sporządzi zbiorczy raport obejmujący informację o lokalizacji, miejscu, dniach oraz godzinach emisji spotu filmowego opisanego w ust. 5 lit. a) i przekaże go Zamawiającemu najpóźniej do 2 dni roboczych po zakończeniu działań określonych w ust. 5.

c) W przypadku, gdy emisja spotu filmowego w lokalizacjach wskazanych w lit. a) (tj. kina, pociągi, siłownie) okaże się niemożliwa z przyczyn niezależnych od Wykonawcy (np. brak dostępnych miejsc reklamowych, brak zgody właścicieli obiektów, ograniczenia techniczne lub formalne), Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia alternatywnych propozycji emisji. Propozycje alternatywne muszą znajdować się na terenie województwa opolskiego i gwarantować porównywalny zasięg oraz potencjał dotarcia do odbiorców kampanii.

d) Alternatywne miejsca mogą obejmować m.in. centra handlowe, obiekty sportowe, centra kultury, uczelnie wyższe, komunikacje miejską.

e) Zamawiający zastrzega sobie prawo do akceptacji lub odrzucenia zaproponowanych

lokalizacji w terminie do 3 dni roboczych od ich przedstawienia.

2) Termin realizacji:

- a) Kino: 30 dni bez przerwy na przełomie listopada/grudnia 2025 r. (spot 30 sekundowy)
- b) Monitory LCD w pociągach 30 dni bez przerwy na przełomie października/listopada 2025 r. (spot 30 sekundowy lub spot 15 sekundowy)
- c) Kluby fitness: 30 dni bez przerwy na przełomie września/października 2025 r. (spot 30 sekundowy lub spot 15 sekundowy)

6. Płatna reklama na Facebooku

Przeprowadzenie płatnej promocji spotu i postów, tj. przygotowanie treści i grafik.

1) Zasady współpracy:

- a) Wykonawca przeprowadzi płatną reklamę na Facebooku nastawioną na działania na module opisanym w rozdz. VI ust. 3 pkt 8 lit. i) (nie mniej niż 30 działań w ciągu 90 dni).
- b) - zasięg promowanych postów (tj. liczba osób, które widziały dany post) musi wynieść min. 60 000 łącznie dla wszystkich promowanych postów w okresie kampanii. Min. średni zasięg 1 posta: 15 000
- uśredniony współczynnik zaangażowania (średni wskaźnik aktywności) dla postów promowanych w ramach kampanii nie może być niższy niż 2,5%.
- c) Cena jednostkowa/CPM/CPC netto: koszt CPC (1000 obejrzeń).
- d) Reklamy mają mieć zasięg działania na województwo opolskie i być skierowane do grup docelowych kampanii między 16 – 60 rokiem życia.
- e) Wykonawca sporządzi 4 grafiki i 4 teksty do płatnej reklamy na Facebooku z wykorzystaniem wizerunków osób biorących udział w kampanii świadomościowej zachęcających do przejścia na stronę wizytówkową oraz działania na module opisanym w rozdz. VI ust. 3 pkt 8 lit. i).
- f) Grafiki i teksty muszą być opracowane w 4 językach, tj. polski, angielski, ukraiński, rosyjski.
- g) Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia grafik i tekstu do zaakceptowania Zamawiającemu do 10 dni przed rozpoczęciem płatnej reklamy na Facebooku.
- h) Zamawiający przed zatwierdzeniem projektu wniesie swoje uwagi i poprawki

w terminie 2 dni roboczych lub zatwierdzi projekt.

- i) Wykonawca zobowiązany jest do naniesienia poprawek w terminie do 2 dni roboczych od przesłania uwag przez Zamawiającego.
 - j) Wykonawca przeprowadzi płatną reklamę na Facebooku nastawioną na obejrzenie spotu filmowego (rozdz.VI ust. 4) 30 sekundowego w co najmniej 50% (tj. połowa czasu trwania spotu) przez 1000 użytkowników miesięcznie.
 - k) Ilość wyświetleń reklamy graficznej i spotu filmowego na jedną osobę w ciągu jednego tygodnia będzie wynosiła minimum 2.
 - l) Wykonawca zobowiązany jest do monitorowania wyników płatnej reklamy na Facebooku, w tym zasięgu, zaangażowania, liczby interakcji i innych metryk istotnych dla oceny skuteczności działań i przekazania ich Zamawiającemu.
 - m) Wykonawca zobowiązany jest do sporządzenia analizy statystyk oraz przygotowania raportów z uzyskanych wyników po każdym miesiącu działania i przekazania Zamawiającemu do 2 dni roboczych po zakończeniu każdego miesiąca działań.
- 2) Termin realizacji: płatnej reklamy na Facebooku (90 dni bez przerwy, rozpoczęcie od 1 września 2025 r.)
- 3) Parametry techniczne:
- a) Reklamy mają spełniać aktualne standardy i regulamin portalu Facebook i tworzone z uwzględnieniem niezbędnych logotypów, hasła, grafiki/Key Visual Kampanii, wizerunków migrantów spoza UE oraz mieszkańców woj. opolskiego.
 - b) Wykonawca zobowiązany jest do ustawienia reklamy w taki sposób, aby dotarła do jak największej liczby osób.

7. Baner reklamowy na obiektach sportowych typu: boiska, baseny, lodowiska lub rołkowiska.

- 1) Zasady współpracy:
- a) Wykonawca zapewni banery wraz z dystrybucją i ich usunięciem.
 - b) Grafika ma być wyraźna, czytelna i atrakcyjna wizualnie, zapewniająca wysoką widoczność i zainteresowanie.
 - c) Baner ma być wykonany z wytrzymałego materiału, który jest odporny na warunki atmosferyczne.
 - d) Projekt graficzny dla miasta Opola – po 1 szt. z każdego projektu graficznego

opisanego w rozdz. VI ust. 2; projekt graficzny dla powiatów/województwa opolskiego (poza Opolem) – projekt nr 3.

- e) Wykonawca zaproponuje 11 lokalizacji banerów w terminie do 10 dni roboczych przed planowanym rozpoczęciem ich ekspozycji na obiektach sportowych typu boiska w województwie opolskim (poza Opolem) oraz 3 lokalizacje obiektów sportowych typu boiska na terenie miasta Opola czynnych na przełomie września/października 2025 r.
- f) Wykonawca zaproponuje 6 lokalizacji banerów w terminie do 10 dni roboczych przed planowanym rozpoczęciem ich ekspozycji dla obiektów sportowych typu baseny w województwie opolskim. W każdej lokalizacji Wykonawca umieści po 2 banery (jeden baner z projektu graficznego nr 1, jeden baner z projektu graficznego nr 3).
- g) Wykonawca zaproponuje min. 3 lokalizacje banerów w terminie do 10 dni roboczych przed planowanym rozpoczęciem ich ekspozycji obiektów sportowych typu lodowiska lub rolnowiska w województwie opolskim czynnych w okresie zimowym na przełomie listopada/grudnia 2025 r.
- h) Zamawiający zaakceptuje lokalizacje banerów do 3 dni roboczych od przesłania lokalizacji.
- i) Zamawiający zastrzega sobie możliwość odrzucenia proponowanej lokalizacji i żądania wskazania innych.
- j) Wykonawca przedstawi Zamawiającemu potwierdzenie rezerwacji zamówienia miejsca na banery w terminie 5 dni roboczych od akceptacji lokalizacji przez Zamawiającego.
- k) Wykonawca ma obowiązek monitorowania stanu banerów (co najmniej 2 razy w miesiącu) i raportowania Zamawiającemu o wszelkich uszkodzeniach. W razie uszkodzenia Wykonawca jest zobowiązany do przeprowadzenia naprawy. Naprawy mają być przeprowadzone na koszt Wykonawcy do 3 dni roboczych od wykrycia uszkodzeń. Wykonawca w ciągu 2 dni roboczych od przeprowadzenia naprawy przekaże Zamawiającemu raport, obejmujący dokumentację fotograficzną potwierdzającą naprawę banerów.
- l) Wykonawca w ciągu 5 dni roboczych od umieszczenia banerów, sporządzi i przekaże Zamawiającemu raport, obejmujący dokumentację fotograficzną

potwierdzającą umieszczenie banerów z określeniem lokalizacji i terminu realizacji.

2) Termin realizacji:

- a) obiekty sportowe typu boiska 30 dni bez przerwy, na przełomie września/października 2025 r.
- b) obiekty sportowe typu baseny 30 dni bez przerwy, na przełomie października/listopada 2025 r.
- c) obiekty sportowe typu lodowiska lub rolnowiska 30 dni bez przerwy, na przełomie listopada/grudnia 2025 r.

3) Parametry techniczne:

Wielkość powierzchni baneru - uzależniony od wymogów danej lokalizacji, jednak nie mniejszy niż 1m x 2m.

8. Reklama na Citylight:

1) Zasady współpracy:

- a) Wykonawca wydrukuje plakaty w formie citylight na wiatach przystankowych autobusów miejskich:
 - Opole – w 6 miejscach (po 2 dla każdego projektu graficznego opisanego w rodz. VI ust. 2).
 - ~~– Kędzierzyn Koźle – w 3 miejscach (po 1 dla każdego projektu graficznego opisanego w rodz. VI ust. 2).~~
 - Nysa – w 3 miejscach (po 1 dla każdego projektu graficznego opisanego w rodz. VI ust. 2).
- b) Wykonawca zagwarantuje dystrybucję wraz z wydrukiem grafiki oraz usługą umiejscowienia (i ew. usunięcia) citylightów na przystankach autobusowych na zewnętrznej ścianie wiaty przystankowej.
- c) Wykonawca wskaże lokalizacje do 10 dni przed planowanym umiejscowieniem.
- d) Zamawiający zaakceptuje lokalizacje citylightów do 5 dni roboczych od przesłania lokalizacji.
- e) Zamawiający zastrzega sobie możliwość odrzucenia proponowanych lokalizacji i żądania wskazania innych.
- f) Wykonawca przedstawi Zamawiającemu potwierdzenie rezerwacji zamówienia citylightów w terminie 5 dni roboczych od akceptacji lokalizacji przez

Zamawiającego.

- g) Wykonawca sporządzi i przekaże Zamawiającemu raport obejmujący dokumentację fotograficzną potwierdzającą umieszczenie citylightów z określeniem lokalizacji i terminem realizacji w ciągu 5 dni roboczych od umieszczenia citylightów.
 - h) Wykonawca zobowiązuje się do monitorowania stanu citylightów (co najmniej 2 razy w miesiącu) i raportowania Zamawiającemu o wszelkich uszkodzeniach. W razie uszkodzenia Wykonawca jest zobowiązany do przeprowadzenia naprawy. Naprawy mają być przeprowadzone na koszt Wykonawcy do 3 dni roboczych od wykrycia uszkodzeń.
 - i) Wykonawca w ciągu 2 dni roboczych od przeprowadzenia naprawy przekaże Zamawiającemu raport, obejmujący dokumentację fotograficzną potwierdzającą naprawę banerów.
- 2) Termin realizacji: 30 dni bez przerwy na przełomie sierpnia/września 2025 r.
 - 3) Parametry techniczne:
 - 4) Wielkość plakatu: min. 1,2 m x 1,8 m lub uzależniona od wymogów danego citylight'a w danej lokalizacji.

9. Audycje radiowe w trzech regionalnych stacjach radiowych o zasięgu wojewódzkim

- 1) Wykonawca dostarczy i zapewni emisję cyklu 4 audycji radiowych w 3 spośród pierwszych 20 rozgłośni radiowych wymienionych, w rankingu opracowanym przez Krajowy Instytut Mediów, „Badanie konsumpcji treści audio” – rynki lokalne, lipiec 2024 - grudzień 2024 dla województwa opolskiego, pod kątem słuchalności dziennej.
- 2) Wybór rozgłośni ma odpowiadać celowi działań promocyjnych oraz zapewniać jak najlepsze dotarcie do grup docelowych kampanii. Wybór rozgłośni radiowych ma zostać dokonany przez Wykonawcę na podstawie kryterium słuchalności dziennej, przy czym wybrana rozgłośnia musi być stacją radiową o zasięgu obejmującym województwo opolskie oraz mieć siedzibę na terenie województwa opolskiego. Wybór musi uwzględniać rozgłośnie o najwyższym wskaźniku słuchalności.
- 3) Zasady współpracy:
 - a) Wykonawca jest odpowiedzialny za przygotowanie tematyki i scenariusza każdej z audycji, tzn. stworzenie angażujących i informacyjnych scenariuszy audycji.
 - b) Wykonawca zobowiązuje się do zaproszenia i koordynacji udziału pracodawców

zatrudniających cudzoziemców spoza Unii Europejskiej, dyrektorów szkół oraz obcokrajowców z województwa opolskiego jako gości audycji. Goście muszą być tak dobrani, aby reprezentowali różne grupy z kampanii świadomościowej. Wykonawca przedstawi listę gości do akceptacji Zamawiającemu.

- c) Audycje mogą być realizowane na żywo lub jako nagrania, w zależności od preferencji stacji radiowej i dostępności gości.
 - d) Każda audycja musi trwać nie mniej niż 5 minut i nie więcej niż 10 minut, przy czym w przypadku audycji od 7 do 10 minut wymagany jest 2 minutowy przerwy muzyczny.
 - e) Audycje mają być emitowane w czasie prime-time (godz. 06:45-18:30)
 - f) Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia Zamawiającemu do akceptacji rankingu stacji na podstawie, którego dokonał wyboru radiostacji.
 - g) Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia Zamawiającemu do akceptacji harmonogramu emisji audycji radiowych oraz kto będzie brał w nich udział, tematyki i scenariusza.
- 4) Termin realizacji:
- a) emisja audycji nastąpi w czasie najwyższej słuchalności,
 - b) dwa razy w tygodniu w dwóch następujących po sobie tygodniach,
 - c) w dniach roboczych w terminie 1 - 30 września 2025 r.

10. Banery internetowe na lokalnych serwisach internetowych województwa opolskiego

- 1) Zasady współpracy:
- a) Wykonawca przygotuje 1 baner internetowy, z wykorzystaniem projektu graficznego nr 3 opisanego w rodz. VI ust. 2 kampanii świadomościowej.
 - b) Wykonawca sporządzi harmonogram zamieszczania banerów w serwisach internetowych i przedstawi Zamawiającemu do zaakceptowania do 10 dni roboczych przed planowanym terminem zamieszczenia banerów.
 - c) Wykonawca zapewni emisję baneru graficznego na głównych stronach w 5 internetowych wydaniach lokalnych serwisów informacyjnych miast powiatowych woj. opolskiego: Opole, Kędzierzyn-Koźle, Strzelce Opolskie, Nysa, Brzeg, oraz w 2 serwisach informacyjnych o tematyce i zasięgu woj. opolskiego.
 - d) Kryterium, to serwis informacyjny o zasięgu powiatowym lub regionalnym (woj.

opolskiego).

- e) Reklamy graficzne muszą odsyłać do profilu na Facebooku pod nazwą „Opolskie Gościnne” oraz na stronę wizytówkową kampanii.
- 2) Termin realizacji: 30 dni bez przerwy na przełomie sierpnia/września 2025 r.
- 3) Parametry techniczne:
 - a) Baner o rozmiarze min. 750x100 Px. Maksymalny rozmiar 60 kB.
 - b) Zamawiający dopuszcza możliwość zmiany parametrów baneru na zbliżone do ww. zależnie od wymiarów dopuszczalnych w danym serwisie internetowym.
Każdorazowa zmiana wymaga akceptacji Zamawiającego.
 - c) Targetowanie na odbiorców 16+ na województwo opolskie.

11. Kostka reklamowa

- 1) Zasady współpracy:
 - a) Wykonawca dostarczy i zamontuje i zdemontuje 6 kostek reklamowych i wykorzysta do nich projekt graficzny nr 3 opisany w rodz. VI ust. 2
 - b) Wykonawca zaproponuje 6 lokalizacji na terenie województwa opolskiego, w miejscach o bardzo dużym natężeniu ruchu pieszego w okresie sierpień – wrzesień. Preferowane lokalizacje: centra miast, deptaki, tereny galerii handlowych
 - c) Wykonawca zagwarantuje dystrybucję wraz z wydrukiem grafiki oraz usługą umiejscowienia (i ew. usunięcia) Kostki reklamowej (prostokątną konstrukcję - zazwyczaj sześcienną, służącą do prezentowania banerów o wymiarach 200x200x200cm). Zamawiający dopuszcza możliwość zmiany wymiarów na zbliżone do ww. Wykonawca wykorzysta projekt graficzny nr 3 do baneru na kostce reklamowej.
 - d) Zamawiający dopuszcza zmianę wielkości kostki reklamowej po konsultacji z Wykonawcą.
 - e) Grafika musi być wyraźna, czytelna i atrakcyjna wizualnie, zapewniająca wysoką widoczność i zainteresowanie i odporna na warunki atmosferyczne.
 - f) Wykonawca przedstawi lokalizacje w terminie 10 dni kalendarzowych przed rozpoczęciem działania kostki reklamowej.
 - g) Zamawiający zaakceptuje lokalizacje reklamy kostek reklamowych do 3 dni roboczych od przesłania propozycji lokalizacji reklamy.

- h) Zamawiający zastrzega sobie możliwość odrzucenia proponowanej lokalizacji i żądania wskazania innych.
 - i) Wykonawca przedstawi Zamawiającemu potwierdzenie rezerwacji/ uzyskania zgody na umieszczenie kostek reklamowych w terminie 5 dni roboczych od akceptacji lokalizacji przez Zamawiającego.
 - j) Wykonawca zobowiązuje się do monitorowania stanu reklam (minimum 1 raz w tygodniu) i raportowania Zamawiającemu o wszelkich uszkodzeniach czy konieczności przeprowadzenia napraw. Naprawy mają być przeprowadzone na koszt Wykonawcy do 3 dni roboczych od wykrycia uszkodzeń.
 - k) Wykonawca w ciągu 2 dni roboczych od przeprowadzenia naprawy przekaże Zamawiającemu raport, obejmujący dokumentację fotograficzną potwierdzającą naprawę banerów.
 - l) Wykonawca sporządzi i przekaże Zamawiającemu raport obejmujący dokumentację fotograficzną potwierdzającą umieszczenie kostek reklamowych z określeniem lokalizacji i terminem realizacji w ciągu 5 dni roboczych od umieszczenia kostek reklamowych.
- 2) Termin realizacji: 30 dni bez przerwy na przełomie sierpień/wrzesień 2025 r.

12. Artykuły tekstowo-graficzne w gazetach obejmujących swoim zasięgiem województwo opolskie

- 1) Zasady współpracy:
 - a) Wykonawca opracuje 4 artykuły wraz z grafikami kierowane do przedsiębiorców zachęcające do zatrudniania cudzoziemców spoza Unii Europejskiej w jednym z dzienników regionalnych oraz w jednym z tygodników regionalnych obejmujących swoim nakładem teren całego woj. opolskiego, oraz w jednej z lokalnych gazet każdego z 11 powiatów, obejmującej swoim nakładem dany powiat.
 - b) Wybór dziennika oraz gazet musi być zatwierdzony przez Zamawiającego.
 - c) Wykonawca przygotuje treść artykułów oraz prześle je do Zamawiającego do akceptacji w terminie 10 dni roboczych przed planowanym ich zamieszczeniem w gazetach.
 - d) Zamawiający zaakceptuje lub wniesie poprawki do 5 dni roboczych od otrzymania treści artykułów.

- e) Wykonawca naniesie poprawki w ciągu 2 dni roboczych od otrzymania treści artykułów od Zamawiającego.
 - f) Terminy wymienione w lit. c), d), e) mogą ulec zmianie, jeżeli wymaga tego proces technologiczny wydawania gazet.
 - g) Wykonawca sporządzi harmonogram zamieszczania artykułów w gazetach i przedstawi Zamawiającemu do zaakceptowania do 5 dni roboczych przed planowanym zamieszczeniem artykułów.
 - h) Każdej publikacji w wydaniu papierowym będzie towarzyszyła publikacja w serwisie internetowym danej gazety (tekst plus elementy graficzne oraz link przekierowujący do strony wizytówkowej Opolskie gościnne).
 - i) Wykonawca dostarczy do siedziby Zamawiającego po jednym egzemplarzu z każdego rodzaju gazety (rozdz.VI ust. 12 pkt 1 lit a) w terminie do 2 dni roboczych od pojawienia się artykułu w gazecie.
- 2) Termin realizacji: październik 2025 r.
- 3) Parametry techniczne:
- a) Kolor pełny CMYK w formacie nie mniejszym niż A4.
 - b) Czcionka Arial, rozmiar czcionki: 11 – bądź inna po wcześniejszym uzgodnieniu z Zamawiającym.
 - c) Artykuł ma zawierać minimum 2000 znaków (w tym zdjęcia, hasło kampanii i grafikę /Key Visual, zestawienie logotypów. Artykuł ma zajmować co najmniej pół prawej kolumny gazetowej. W przypadku, gdy będzie zajmował pół wyżej wskazanej kolumny powinien znajdować się na górze kolumny.

13.Promocja billboardowa

- 1) Zasady współpracy:
- a) Wykonanie, dostarczenie, zamieszczenie i ew. usunięcie reklamy billboardowej (projekt graficzny nr 3 opisany w rodz. VI ust. 2)
 - b) Wykonawca zaproponuje lokalizację billboardów po 1 w każdym z 11 powiatów województwa opolskiego – w miejscach z największym możliwym natężeniem ruchu oraz 4 lokalizacje dla Miasta Opole przy uwzględnieniu dotarcia do największej liczby odbiorców grup docelowych do 10 dni roboczych przed planowanym umiejscowieniem.

- c) Zamawiający zaakceptuje lokalizacje do 3 dni roboczych od przesłania lokalizacji billboardów.
 - d) Zamawiający zastrzega sobie możliwość odrzucenia proponowanych lokalizacji i żądania wskazania innych.
 - e) Wykonawca przedstawi Zamawiającemu potwierdzenie rezerwacji zamówienia miejsca billboardów w terminie 4 dni roboczych od akceptacji lokalizacji przez Zamawiającego.
 - f) Wykonawca zobowiązuje się do monitorowania stanu reklam (co najmniej 1 raz w tygodniu) i raportowania Zamawiającemu o wszelkich uszkodzeniach czy konieczności przeprowadzenia napraw. Naprawy mają być przeprowadzone na koszt Wykonawcy do 3 dni roboczych od wykrycia uszkodzeń.
 - g) Wykonawca w ciągu 2 dni roboczych od przeprowadzenia naprawy przekaże Zamawiającemu raport, obejmujący dokumentację fotograficzną potwierdzającą naprawę billboardów.
 - h) Wykonawca sporządzi raport obejmujący dokumentację fotograficzną potwierdzającą umieszczenie billboardów z uwzględnieniem lokalizacji. Do 5 dni roboczych od zamieszczenia billboardów.
- 2) Termin realizacji: 30 dni bez przerwy na przełomie września/października 2025 r.
- 3) Parametry techniczne:
- a) Wielkość powierzchni billboardów 7 – 12 m².
 - b) Zamawiający dopuszcza zmianę wielkości powierzchni billboardu w sytuacji, gdy będzie to uwarunkowane np. atrakcyjniejszą dla grupy docelowej projektu lokalizacją.
 - c) Wszelkie zmiany powierzchni muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego.

VII.Prawa autorskie:

1. Wykonawca jest zobowiązany do uzyskania wszelkich wymaganych przepisami prawa zgód dotyczących wykorzystania wizerunków osób biorących udział w kampanii oraz przesłania ich do Zamawiającego przed publikacją materiałów promocyjnych.
2. Wykonawca przenosi na Zamawiającego wszystkie licencje, autorskie prawa majątkowe oraz prawa pokrewne powstałe lub wykorzystane w wykonaniu umowy utworów wolne od roszczeń osób trzecich w celu ich swobodnego wykorzystania, rozporządzania nimi

i modyfikacji. Przeniesienie autorskich praw majątkowych obejmuje pola eksploatacji znane w chwili podpisania Umowy. Przeniesienie autorskich praw majątkowych jest dokonywane bez żadnych ograniczeń czasowych i terytorialnych.

3. Wykonawca wyrazi zgodę na rozporządzanie i korzystanie z praw zależnych do utworów wytworzonych w ramach realizacji przedmiotu zamówienia.

Słowniczek terminów ujętych w OPZ:

1. Strona internetowa wizytówkowa – prosta strona internetowa, gdzie w prosty i nierozbudowany sposób prezentowane są wszystkie najważniejsze informacje.
2. SEO – (Search Engine Optimization, pozycjonowanie, optymalizacja stron pod kątem wyszukiwarek). Jest to szereg działań, które skupiają się na osiągnięciu przez stronę jak najwyższych pozycji w organicznych (bezpłatnych) wynikach wyszukiwania na kluczowe frazy powiązane z ofertą.
3. Grafika wektorowa - to jeden z dwóch podstawowych rodzajów grafiki komputerowej, w której obraz opisany jest za pomocą figur geometrycznych lub brył geometrycznych, umiejscowionych w matematycznie zdefiniowanym układzie współrzędnych, odpowiednio dwu- lub trójwymiarowym.
4. Baner internetowy – internetowa reklama graficzna w formie poziomego banera o wymiarach min. 750x100px, waga do 60kB).
5. Kostka reklamowa - wykorzystywana zarówno do użytku na zewnątrz, jak i wewnątrz budynku. Często stosowane w marketach, centrach handlowych, na imprezach, eventach, targach. Założenie grafiki na wszystkich ścianach sprawia, że otrzymuje się nośnik reklamowy o bardzo dużej powierzchni. Kostka wykonana jest ze stali.
6. Billboard – jest to zewnętrzny nośnik reklamowy charakteryzujący się dużym formatem
7. Citylight (reklama plakatowa na wiatkach przystankowych) – jest formą reklamy zewnętrznej umieszczonej na wiatkach.
8. Kolor pełny CMYK – trzy podstawowe barwy farb stosowanych w poligrafii.
9. Portal FB – Facebook - serwis społecznościowy w ramach którego zarejestrowani użytkownicy mogą tworzyć sieci i grupy, dzielić się wiadomościami i zdjęciami.
10. Post – informacja/wiadomość/wypowiedź napisana w danym temacie, którą można utworzyć na portalu FB.
11. Płatna reklama na Facebooku – to forma promocji, w której reklamodawca uiszcza opłatę

za wyświetlanie swoich treści użytkownikom platformy Facebook oraz powiązanych z nią aplikacji i usług. Dzięki narzędziu Menedżer reklam reklamodawcy mogą tworzyć kampanie reklamowe, definiować grupy docelowe, ustalać budżety oraz monitorować efektywność działań.

12. Działania na module opisanym w rozdz. VI ust. 3 pkt 8 lit. h) – określona przez Zamawiającego akcja, np. wpis, publikacja zdjęć, filmów itp.

Załącznik nr 1 – Opis kontekstu kampanii,

Załącznik nr 2 – Harmonogram realizacji działań kampanii.