

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

Zapewnienie reklamy outdoorowej / muralowej promującej turystykę wiejską – projekt REset

Cel działania:

1. Promocja turystyki wiejskiej wśród mieszkańców polskich miast.
2. Zainteresowanie ofertą agroturystyczną Polski mieszkańców polskich miast i zainspirowanie ich do wiosennych podróży.
3. Promocja najlepszych destynacji agroturystycznych w Polsce.
4. Promocja Polskiego Bonu Turystycznego w szczególności jako wykorzystania PBT podczas wiosennych rodzinnych podróży*

Uzasadnienie działania:

Turystyka wiejska to jedna z najważniejszych gałęzi turystyki. Rośnie zainteresowanie *Slow Tourism* w szczególności w okresie poluzowania obostrzeń covidowych. Kampania REset jest odpowiedzią na potrzeby turystów krajowych, którzy szukają oddechu od wielkomiejskiego trybu życia, głównie zapracowanych mieszkańców polskich miast. Polska Organizacja Turystyczna chce zainspirować Polaków do poznania nieznanych zakątków Polski i aktywnego rodzinnego spędzania czasu w miejscach nieznanych.

Wiosna to idealny moment do obserwowania z bliska wiosna budzi się do życia. Rodzinny wyjazd do gospodarstwa agroturystycznego, czy na łono natury to idealna okazja do wykorzystania Polskiego Bonu Turystycznego.

***Polski Bon Turystyczny**

Program Polski Bon Turystyczny jest formą wsparcia dla krajowej branży turystycznej oraz dla polskich rodzin w związku z trudną sytuacją gospodarczą wywołaną epidemią COVID-19. Do rejestracji w programie mogą przystąpić przedsiębiorcy turystyczni oraz organizacje pożytku publicznego, które realizują usługi hotelarskie lub organizują imprezy turystyczne na terytorium Polski. Departament Polskiego Bonu Turystycznego w Polskiej Organizacji Turystycznej do spraw obsługi i promocji Polskiego Bonu Turystycznego został utworzony na mocy rozporządzenia Ministra Rozwoju z 20 lipca 2020 r. zmieniającego rozporządzenie w sprawie nadania statutu Polskiej Organizacji Turystycznej. Jednostka terenowa od chwili utworzenia jest właściwa w zakresie zadań nałożonych na Polską Organizację Turystyczną Ustawą z 15 lipca 2020 r. o Polskim Bonie Turystycznym.

Polski Bon Turystyczny jest narzędziem, które ma na celu wsparcie finansowe polskich rodzin, których budżety domowe zostały osłabione przez pandemię COVID-19, pośrednio zaś ma wspomóc osłabioną branżę turystyczną. Świadczenie jest jednorazowe i wynosi 500,00 zł na każde dziecko do 18 roku życia (w przypadku dzieci z orzeczeniem o niepełnosprawności kwota ta wynosi 1000,00 zł). Za pomocą bonu można dokonać płatności za usługi hotelarskie lub imprezy turystyczne realizowane przez przedsiębiorcę turystycznego lub organizację

pożytku publicznego na terenie kraju. PBT ma formę elektroniczną i jest ważny do końca marca września 2022 roku. Można nim opłacić m.in. pobyt w hotelu, pensjonacie, gospodarstwie agroturystycznym, na kolonii lub obozie harcerskim, a także obozie sportowym lub rekreacyjnym. Przedsiębiorcy turystyczni oraz OPP, aby świadczyć usługi, za które beneficjenci będą mogli płacić bonem turystycznym, muszą zarejestrować się na Platformie Usług Elektronicznych ZUS (PUE ZUS) i złożyć stosowne oświadczenia (więcej informacji można uzyskać na stronie <https://bonturystyczny.polska.travel/>).

Termin wykonania:

czerwiec 2022 r., przy czym czas emisji reklamy nie powinien być krótszy niż 1 miesiąc (30 dni).

Obowiązki Wykonawcy:

Za przeprowadzenie działań reklamowych w formie murali w Warszawie oraz Krakowie (po jednym w każdym mieście) Zamawiający rozumie:

- Zaproponowanie lokalizacji powierzchni reklamowej w miastach określonych przez Zamawiającego
- Zaproponowanie harmonogramu działań uwzględniającego: czas przygotowania konceptu, projektu graficznego, malowania oraz czas faktycznej emisji reklamy
- Wynajęcie powierzchni reklamowej dla działań POT; ewentualna negocjacja cen z dostawcą usług w przypadku kiedy Wykonawca nie jest bezpośrednim właścicielem powierzchni reklamowej
- Wykonanie projektów murali
- Wykonanie murali
- Zapewnienie wszelkich niezbędnych pozwoleń do realizacji umowy
- W przypadku niepoprawnego lub nieestetycznego wykonania muralu Wykonawca zobowiązuje się do wykonania niezbędnych poprawek lub ponownego całościowego namalowania na własny koszt.
- Zapewnienie monitoring prawidłowej ekspozycji. Poprzez monitoring prawidłowej ekspozycji Zamawiający rozumie wszelkie działania podejmowane przez Wykonawcę gwarantujące ciągłość i poprawność wykonania usługi w okresie ekspozycji w tym w szczególności trwałość montażu, estetykę wykonania muralu, nieograniczoną widoczność muralu.
- Zapewnienie nadzoru nad prawidłowym wykonaniem zlecenia
- Dostarczenie raportu dokumentującego obecność reklamy we wszystkich wynajętych lokalizacjach wraz z podaniem szacowanego zasięgu, tj. liczby osób które mogły mieć styczność z daną reklamą.

Projekt reklamy:

Projekt graficzny reklamy zostanie przygotowany przez Wykonawcę;

Projekt murali musi:

- nawiązywać do natury i zachęcać do podróżowania na terenach wiejskich;
- uwzględnić kod QR (przekierowanie na stronę),
- zawierać elementy niestandardowe:
 - elementy roślinne,
 - niestandardowe oświetlenie: neon lub led-neon,
 - oświetlenie UV,
 - farba UV
- być niekonwencjonalny i przykuwać uwagę;
- zawierać logo Polskiej Organizacji Turystycznej, Polskiego Bonu Turystycznego
- mieć wymiar większy niż 50 m2
- musi być zaakceptowany przez Zamawiającego

Lokalizacja reklam – lista miast:

Województwo Mazowieckie: Warszawa

Województwo Małopolskie: Kraków

Reklamy powinny być umieszczone w centrach miast, lub w miejscach o dużym natężeniu ruchu (przy głównych drogach, droga przy której umieszczona będzie reklama musi być dwukierunkowa, z alternatywnymi szlakami komunikacyjnymi (linie autobusowe oraz tramwajowe) gdzie możliwy jest na ruch pieszy po chodniku. Oferta Wykonawcy powinna uwzględniać ekspozycje w miejscach o dużym zasięgu. Wykonawca wraz z ofertą powinien załączyć lokalizację GPS lub link do mapy z lokalizacją każdego z nośników. Finalna lista nośników oraz ich lokalizacja musi zostać zaakceptowana przez Zamawiającego.

Płatność:

Płatność za realizację zamówienia nastąpi w 2 ratach:

- Rata I płatna po zawarciu umowy – płatność na poczet rezerwacji powierzchni reklamowej – 70% wartości całej umowy
- Rata II płatna po dostarczeniu raportu z przebiegu kampanii – 30% wartości całej umowy.

Podczas realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca jest zobowiązany do:

- a) ścisłej współpracy z Zamawiającym i wskazanymi przez niego podmiotami, w tym kontaktów osobistych, telefonicznych oraz e-mailowych w celu właściwej realizacji zadań,
- b) realizacji poszczególnych zadań wchodzących w zakres zamówienia zgodnie z wymogami Zamawiającego oraz ustaleniami podjętymi wspólnie z Zamawiającym w trakcie przygotowań do realizacji zamówienia,
- c) działania z dochowaniem należytej staranności i zgodnie z obowiązującym stanem prawnym.

W ramach niniejszego zamówienia Wykonawca odpowiada za:

- a) koordynację i nadzór nad wszelkimi działaniami podejmowanymi w związku z realizacją zamówienia przez zatrudnionych przez siebie podwykonawców i pracowników,
- b) koordynację i nadzór nad wszystkimi zatrudnionymi przez siebie podwykonawcami w celu zapewnienia należytego i terminowego wykonania zamówienia.

Wykonawca zobowiązuje się wykonywać przedmiot zamówienia z uwzględnieniem opinii i sugestii przedstawicieli Zamawiającego oraz współpracować z przedstawicielami Zamawiającego, dopasowując się do terminów i sposobów komunikacji im dogodnych.

Przedmiot zamówienia musi zostać wykonany z uwzględnieniem najwyższych standardów jakości.

Informacje dodatkowe

Wszelkie wątpliwości zapisane w opisie przedmiotu zamówienia rozpatrywane będą na korzyść Zamawiającego

Akceptacja

Przez cały czas realizacji zamówienia ostateczna decyzja na temat podejmowanych działań leży po stronie Zamawiającego.

LOGOTYPY:



Dyrektor
Departamentu Marketingu
Magdalena Krucz

A handwritten signature in blue ink, appearing to be a stylized "R" or similar character.