



Fundusze Europejskie
dla Pomorza Zachodniego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Załącznik nr 1 do Zapytania ofertowego

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej programu Fundusze Europejskie dla Pomorza Zachodniego 2021–2027, z wykorzystaniem bilbordów wielkoformatowych.

Zamawiający:

Województwo Zachodniopomorskie
Gabinet Marszałka- Biuro Promocji
ul. Marszałka Józefa Piłsudskiego 40, 70-421 Szczecin
NIP 8512871498
tel. (+48 91) 454 29 52
pderkacz@wzp.pl

Szczecin, 07 września 2026 r.

CPV 79341400-0 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

CPV 79340000-9 Usługi reklamowe i marketingowe



I. ZAŁOŻENIA KAMPANII

1. Przedmiot zamówienia oraz termin realizacji

Opis przedmiotu zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest świadczenie usługi polegającej na zaplanowaniu, przygotowaniu oraz realizacji kampanii informacyjno-promocyjnej programu Fundusze Europejskie dla Pomorza Zachodniego 2021–2027, z **wykorzystaniem bilbordów wielkoformatowych** na terenie wyznaczonych miast województwa zachodniopomorskiego.

Kampania ma mieć charakter zasięgowy, tj. ma być nastawiona na dotarcie do jak największej grupy odbiorców z Województwa Zachodniopomorskiego. Kampania powinna być zgodna ze szczegółowym opisem przedstawionym w dalszej części dokumentu.

Zamówienie zostanie zrealizowane w terminie: od dnia zawarcia umowy z Wykonawcą, najpóźniej do dnia 31.12.2026 r .

Zamawiający w uzgodnieniu z Wykonawcą wyznaczy termin rozpoczęcia kampanii.

Czas trwania kampanii: 30 dni.

2. Obowiązki Wykonawcy

Wykonawca zrealizuje zamówienie z zachowaniem należytej staranności oraz zgodnie z najlepszą wiedzą i doświadczeniem zawodowym. Podejmowane działania powinny być ukierunkowane na osiągnięcie możliwie najwyższej efektywności kampanii przy racjonalnym wykorzystaniu środków finansowych.

Do obowiązków Wykonawcy należy w szczególności:

- 1) uzyskanie akceptacji Zamawiającego dla poszczególnych działań przeprowadzanych w ramach realizacji kampanii;
- 2) zakup i rezerwację powierzchni dla emisji reklam;
- 3) dostosowanie materiałów promocyjnych do wymagań technicznych poszczególnych nośników oraz przygotowanie ich do emisji;
- 4) emisja materiałów promocyjnych ;
- 5) bieżący monitoring przebiegu kampanii;
- 6) sporządzenie raportu końcowego z realizacji kampanii wraz z dokumentacją potwierdzającą wykonanie usługi.

3. Obowiązki Zamawiającego

Zamawiający przekaze Wykonawcy materiały reklamowe niezbędne do realizacji kampanii oraz informacje niezbędne do jej prawidłowego przygotowania.

4. Cel zamówienia

Celem zamówienia jest przeprowadzenie skutecznej kampanii informacyjno-promocyjnej programu **Fundusze Europejskie dla Pomorza Zachodniego 2021–2027** poprzez efektywne wykorzystanie budżetu oraz dotarcie do grup docelowych wskazanych przez Zamawiającego.

Realizacja zamówienia powinna wspierać osiągnięcie następujących celów:

- 1) zwiększenie rozpoznawalności programu Fundusze Europejskie dla Pomorza Zachodniego 2021–2027;
- 2) zwiększenie świadomości mieszkańców województwa zachodniopomorskiego dotyczącej efektów wdrażania Funduszy Europejskich;
- 3) prezentację korzyści wynikających z realizacji projektów współfinansowanych ze środków Unii Europejskiej.

5. Grupy docelowe

Podstawową grupę odbiorców kampanii stanowią mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego, w szczególności:

- osoby o niższym poziomie świadomości i wiedzy na temat Funduszy Europejskich, w tym osoby sceptycznie nastawione do Funduszy Europejskich;
- potencjalni uczestnicy projektów współfinansowanych ze środków Funduszy Europejskich;
- osoby uczestniczące w projektach współfinansowanych ze środków Funduszy Europejskich;
- potencjalni beneficjenci Funduszy Europejskich;
- obecni beneficjenci Funduszy Europejskich, w tym podmioty, którzy nie uzyskali dofinansowania w ramach wcześniejszych naborów;
- jednostki samorządu terytorialnego.

II. KAMPANIA OUTDOOR

6. Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania, realizacji i monitorowania kampanii outdoor, na wielkoformatowych nośnikach reklamy zewnętrznej (OOH) - dotyczy zewnętrznych, wolnostojących tablic reklamowych oraz nośników zlokalizowanych na elewacjach budynków.

Ekspozycja materiałów reklamowych na opisywanych nośnikach, powinna obejmować centralne punkty w następujących miastach:

- **Szczecin: 15 billboardów;**
- **Koszalin: 10 billboardów;**
- **Police: 5 billboardów;**
- **Stargard: 5 billboardów;**
- **Goleniów: 2 billboardy.**

Wykonawca zobowiązuje się zapewnić odpowiednią lokalizację, wydruk oraz ekspozycję przez okres 30 dni, bez przerwy zgodnie z wytycznymi Zamawiającego.

W czasie prowadzenia kampanii Wykonawca monitoruje stan wszystkich nośników.



W przypadku stwierdzenia uszkodzeń lub innych nieprawidłowości Wykonawca podejmuje działania mające na celu ich usunięcie lub zapewnienie nośnika zastępczego.

7. Nośnikiem reklamy będą plakaty reklamowe umieszczone na billboardach, zawierające pełnokolorowy druk w wymaganym formacie, odporny na warunki atmosferyczne o wielkości **minimum 12 metrów kwadratowych**.

8. Dobór lokalizacji

Dobierając lokalizacje billboardów Wykonawca powinien kierować się:

- wysokim potencjałem ekspozycyjnym;
- natężeniem ruchu;
- widocznością nośnika;

Nośniki powinny:

- znajdować się w dobrym stanie technicznym;
- zapewniać czytelność reklamy;
- być wolne od uszkodzeń ograniczających widoczność przekazu;
- pozostawać dostępne przez cały okres kampanii.

W terminie 5 dni roboczych od dnia zawarcia umowy Wykonawca zobowiązany jest do przekazania Zamawiającemu, listę wszystkich dostępnych lokalizacji w wymienionych miastach, z których Zamawiający wybierze te, które według niego dotrą do jak największej grupy odbiorców.

III. ZAKOŃCZENIE KAMPANII

9. Usługę uznaje się za wykonaną zgodnie z wymaganiami, jeżeli:

- 1) wykorzystano wyłącznie materiały zaakceptowane przez Zamawiającego;
 - 2) emisja odbyła się we wskazanych przez Zamawiającego lokalizacjach i ilościach;
 - 3) emisja odbywała się zgodnie z uzgodnionym harmonogramem lub zmianami zaakceptowanymi przez Zamawiającego;
 - 4) wszystkie działania były prowadzone z zachowaniem należytej staranności;
 - 5) Wykonawca prowadził bieżący monitoring kampanii;
 - 6) przekazano kompletną dokumentację potwierdzającą realizację usługi.
-

10. Raport końcowy

Po zakończeniu kampanii Wykonawca sporządza raport końcowy. Raport powinien zostać przygotowany w sposób umożliwiający ocenę prawidłowości wykonania zamówienia i powinien zawierać co najmniej:



Część I – informacje ogólne

- nazwę kampanii;
 - okres realizacji.
-

Część II – opis realizacji

- opis przebiegu kampanii;
 - opis wykorzystanych nośników.
-

Część III – wprowadzone zmiany

- opis wszystkich wprowadzonych zmian;
 - uzasadnienie zmian;
 - ocenę wpływu zmian na realizację kampanii.
-

Część IV – podsumowanie

- ocenę realizacji kampanii;
 - dokumentację fotograficzną potwierdzającą ekspozycję każdego nośnika/billboardu, umożliwiającą identyfikację jego lokalizacji.
-