

## Załącznik nr 1 do umowy nr.....z dnia .....2020 r. – szczegółowy opis przedmiotu zamówienia, pakiet E

L.p.	Przedmiot zamówienia (np. przygotowanie do druku, tłumaczenie oraz druk przewodników)	format:	objętość (liczba stron, jaki okres ekspozycji):	(opis):	wersja językowa:	nakład (proszę wskazać jednostkę szt. lub egz.):	układ graficzny:	wersja elektroniczna dokumentu (szczegółowo opisać)	sposób zapakowania, czy ekspozycji:	czy posiadają Państwo treść materiału informacyjnego? (tak/nie)	Inne istotne informacje dla wykonawcy:
1.	Zorganizowanie megaboardowej kampanii promocyjno-informacyjnej dotyczącej potencjału gospodarczego oraz terenów inwestycyjnych Torunia	Plakat o wymiarach 18 m <sup>2</sup> (6x3 m)	85 billboardów o wymiarach min. 18 m <sup>2</sup> (6x3 m) eksponowanych w okresie od 1 do 30 października 2020 r. oraz 85 billboardów o wymiarach min. 18 m <sup>2</sup> (6x3 m) eksponowanych w od 1 do 29 listopada 2020 r.	1. Kampania billboardowa poświęcona promocji terenów inwestycyjnych należących do Gminy Miasta Toruń realizowana w 10 miejscowościach: Warszawa, Wrocław, Kraków, Poznań, Gdynia, Gdańsk, Katowice, Łódź, Szczecin oraz Toruń. W przypadku lokalizacji nośników w Toruniu brane będą pod uwagę tylko lokalizacje przy wjazdach do Torunia od strony Łodzi, Warszawy, Poznania, Gdańska, Bydgoszczy, Olsztyna. Odległość pomiędzy zaproponowanymi lokalizacjami nie powinna być mniejsza niż 1000 m. 2. Przygotowanie projektu graficznego kreacji 3. Wydruk (pełen kolor) 4. Montaż, demontaż plakatu oraz obsługa techniczna. 5. Dostarczenie Zleceniodawcy raportu z zamontowania reklam w terminie 7 dni od montażu każdej z nich.	polska	Dwukrotnie 85 billboardów o wymiarach min. 18 m <sup>2</sup> (6x3 m)	nd.	nd.	Nośniki oświetlone, zlokalizowane w atrakcyjnych, dobrze widocznych miejscach przy ruchliwych drogach.	nie	1. Kampania billboardowa dotycząca promocji terenów inwestycyjnych Miasta Torunia oraz jego potencjału gospodarczego. 2. Oferta powinna być kompleksowa i uwzględniać w szczególności: <ul style="list-style-type: none"> <li>• bezpłatną wstępną rezerwację nośników ważną w okresie związania ofertą,</li> <li>• możliwość wyboru przez Zleceniodawcę określonych lokalizacji nośników zgodnie z wymogami Zleceniodawcy (lokalizacja możliwa do weryfikacji na podstawie map, zdjęć, informacji dodatkowych),</li> <li>• przygotowanie kreacji graficznej przez Zleceniobiorcę (jeden projekt graficzny dla ekspozycji w październiku oraz w listopadzie 2020 r., projekt dostosowany do wielkości nośnika),</li> <li>• wydruk papierowy, montaż, ekspozycję i demontaż reklamy po upływie terminu kampanii,</li> <li>• monitoring ekspozycji.</li> <li>• zabezpieczenie ekspozycji przed niesprzyjającymi warunkami zewnętrznymi, tj. wszelkie materiały wykorzystane przy realizacji zamówienia muszą być odporne na działanie zewnętrznych czynników atmosferycznych oraz muszą zapewniać właściwą ekspozycję reklam.</li> <li>• bezpłatną naprawę lub wymianę plakatu, który uległ uszkodzeniu w terminie nie przekraczającym 48 godzin od powzięcia informacji o takim uszkodzeniu – Zleceniobiorca zapewni właściwą ekspozycję reklamy na wszystkich nośnikach przez cały okres trwania ekspozycji.</li> <li>• w przypadku, gdy nośnik, na którym umieszczona będzie reklama, z jakichkolwiek przyczyn zostanie wyłączony z eksploatacji, Zleceniobiorca zobowiązany jest do przedłużenia (o czas jego wyłączenia z eksploatacji) ekspozycji reklamy na danym nośniku po jego ponownym włączeniu do eksploatacji lub zapewnienia umieszczenia, po akceptacji Zleceniobiorcy, reklamy na innym, zastępczym nośniku.</li> <li>• wykonanie raportu fotograficznego z montażu reklamy. Zleceniobiorca jest zobowiązany do wykonania dokumentacji zdjęciowej wraz z opisem w formie raportu z realizacji ekspozycji reklamy na wszystkich nośnikach wykorzystanych w kampanii billboardowej w momencie zamieszczenia plakatów na wszystkich nośnikach, jak również na zakończenie ekspozycji.</li> </ul> 3. Lokalizacja nośników musi różnić się w poszczególnych miesiącach ekspozycji. 4. Grupa docelowa: przedsiębiorcy, inwestorzy, instytucje biznesowe. 5. Średnia dobowo liczb kontaktów w przypadku każdego nośnika zaproponowanego w ofercie wynosić powinna 20000 kontaktów.