



UMOWA NR CPE/WST PL-BY-UA/.../2012
zawarta w dniu2012 roku w Warszawie

pomiędzy:

Skarbem Państwa - państwową jednostką budżetową Centrum Projektów Europejskich, z siedzibą w Warszawie przy ul. Domaniewskiej 39a, 02- 672 Warszawa, posiadającym numer identyfikacji REGON 141681456 oraz NIP 7010158887, reprezentowanym przez **Pana Dariusza Niecia** - Dyrektora Centrum Projektów Europejskich na podstawie upoważnienia udzielonego w dniu 21 stycznia 2009 r. przez Ministra Rozwoju Regionalnego, zwanym w dalszej części umowy „**Zamawiającym**”,

a firmą z siedzibą w przy ul., posiadającą numer identyfikacji REGON oraz NIP, wpisaną do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS/wpisaną do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez pod numerem, reprezentowanym przez Pana/Panią –

zwaną w dalszej części umowy „**Wykonawcą**”

Lub¹

Panem/Paniązamieszkałym/zamieszkałą w przy ul.,legitymującym się/legitymującą się dowodem osobistym o numerzeoraz numerze PESEL....., i posiadającym/posiadającą numer identyfikacji NIP

zwanym/zwaną w dalszej części umowy „**Wykonawcą**”.

Zamawiający lub Wykonawca zwani są również dalej „**Stroną**” lub „**Stronami**” umowy.

§ 1

1. Strony oświadczają, że umowa została zawarta w wyniku udzielenia zamówienia publicznego w trybie przetargu nieograniczonego nr CPEzp-II-...-...-.../12, zgodnie z art. 39 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759), część

¹ Dotyczy osób fizycznych





2. Przedmiot umowy jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Programu Współpracy Transgranicznej Polska- Białoruś - Ukraina 2007 – 2013.
3. Przedmiotem umowy jest świadczenie usługi publikacji ogłoszeń Zamawiającego na powierzchni reklamowej w wybranych mediach drukowanych (w prasie) i elektronicznych (na portalach internetowych) na każdorazowe zamówienie Zamawiającego wraz ze świadczeniem usług towarzyszących polegających na składaniu ogłoszeń do druku i produkcji internetowych narzędzi reklamowych.
4. Przekazanie przez Zamawiającego swojego systemu identyfikacji wizualnej, znaków graficznych oraz wszelkich innych materiałów koniecznych do rozpoczęcia przez Wykonawcę prac projektowych nastąpi pocztą elektroniczną na adres: _____ w ciągu 2 dni od daty podpisania umowy. Znaki graficzne zostaną przekazane przez Zamawiającego w formie plików graficznych różnych formatów (.jpg, .ai, .eps).
5. Tryb przekazywania przez Wykonawcę i tryb akceptacji przez Zamawiającego projektów ogłoszeń drukowanych i internetowych modułów graficznych został szczegółowo określony w załączniku nr 1 do umowy - opis przedmiotu zamówienia.
6. Szczegółowy zakres usług określa załącznik nr 1 do umowy - opis przedmiotu zamówienia.

§ 2

1. Zamawiający będzie realizował zamówienia sukcesywnie w zależności od bieżących potrzeb. Emisja poszczególnych ogłoszeń (bądź ich cyklu) lub banerów internetowych dokonywana będzie na podstawie odrębnych zamówień składanych przez Zamawiającego na druku Wykonawcy lub w innej formie np. drogą elektroniczną na adres e-mail lub faxem na nr nie później niż na 6 dni roboczych do godz. 15.00 przed datą publikacji.
2. Zamawiający każdorazowo określi:
 - datę publikacji,
 - zasięg regionalny,
 - lokalizację ogłoszenia na dostępnych stronach redakcyjnych (w przypadku mediów drukowanych).
3. Termin publikacji zostanie ustalony w drodze porozumienia z Zamawiającym.
4. Osobą odpowiedzialną za kontakt z pracownikami Zamawiającego ze strony Wykonawcy będzie p.





5. Zamawiający zastrzega sobie prawo do bezkosztowego anulowania każdego zamówienia najpóźniej na cztery dni robocze przed datą planowanej realizacji usługi.
6. W przypadku anulowania zamówienia przez Zamawiającego po terminie wymienionym w ust. 5, Zamawiający zwraca Wykonawcy faktycznie poniesione i udokumentowane przez niego koszty.

§ 3

Ceny przedstawione w formularzu cenowym za publikacje zamawianych ogłoszeń muszą być stałe w okresie trwania umowy i muszą być niezależne od dnia publikacji danego ogłoszenia.

§ 4

1. Za wykonanie każdego pojedynczego zamówienia Zamawiający zapłaci Wykonawcy wynagrodzenie zgodnie z kwotami określonymi w ofercie, stanowiącej załącznik nr 2 do umowy.
2. Za każde pojedyncze zamówienie uważa się jakiegokolwiek zamówienie złożone przez Zamawiającego dotyczące publikacji treści reklamowych w dowolnych tytułach mediów drukowanych lub elektronicznych przedstawionych w ofercie Wykonawcy stanowiącej załącznik nr 2 do umowy.
3. Wykonawca mając możliwość uprzedniego ustalenia wszystkich warunków technicznych związanych z realizacją umowy, nie może żądać podwyższenia wynagrodzenia, nawet, jeżeli z przyczyn od siebie niezależnych nie mógł przewidzieć wszystkich czynności niezbędnych do prawidłowego wykonania niniejszej umowy.
4. Warunkiem wystawienia rachunków/faktur VAT przez Wykonawcę jest:
 - przesłanie dwóch kompletnych egzemplarzy gazet lub czasopism z opublikowanymi ogłoszeniami Zamawiającego w przypadku mediów drukowanych,
 - raportu z oglądalności treści reklamowych Zamawiającego w przypadku mediów elektronicznych,
 - potwierdzenie przez Kierownika Wspólnego Sekretariatu Technicznego Programu PL-BY-UA 2007-2013, Pana Pawła Słowikowskiego lub osobę go zastępującą poprawności wykonania każdego zamówienia. Potwierdzenie może być w formie elektronicznej.
5. Zapłata wynagrodzenia następować będzie na podstawie rachunków/faktur VAT, wystawionych przez Wykonawcę w terminie 21 dni od dnia doręczenia





prawidłowo wystawionych rachunków/faktur VAT Zamawiającemu.

6. Dane do rachunku/faktury:
Centrum Projektów Europejskich
Wspólny Sekretariat Techniczny
Programu Współpracy Transgranicznej
Polska – Białoruś – Ukraina 2007-2013
ul. Domaniewska 39 a
02-672 Warszawa
NIP: 7010 1588 87

§ 5

1. W przypadku błędów w publikacji ogłoszenia (np. niezgodność opublikowanej treści z przesłanym przez Zamawiającego zamówieniem) Wykonawca zobowiązany jest niezwłocznie do jego powtórnej publikacji na swój koszt.
2. W przypadku niewykonania przedmiotu umowy, Wykonawca zapłaci na rzecz Zamawiającego karę umowną w wysokości 40% wartości wynagrodzenia danego zamówienia.
3. W przypadku powstania zwłoki w wykonaniu usługi, Wykonawca zapłaci na rzecz Zamawiającego karę umowną w wysokości 5% wartości wynagrodzenia, w ramach danego zamówienia, za każdy dzień zwłoki, nie więcej jednak niż 40% wartości wynagrodzenia danego zamówienia.
4. Zamawiający zastrzega sobie prawo potrącania kar, o których mowa w ust. 3 z kolejnych rachunków /faktur.
5. W razie zwłoki, o której mowa w ust. 3, powyżej 10 dni, Zamawiającemu przysługuje prawo odstąpienia od umowy.
6. Odstąpienie od umowy nie powoduje utraty prawa dochodzenia przez Zamawiającego kary umownej.
7. W przypadku gdy wysokość szkody poniesionej przez Zamawiającego przewyższa wysokość zastrzeżonej kary umownej, Wykonawca jest zobowiązany do naprawienia szkody w pełnej wysokości.

§ 6

1. Wykonawca zobowiązany jest do zachowania w tajemnicy wszystkich informacji uzyskanych w związku wykonaniem przedmiotu umowy oraz do nieudostępniania osobom trzecim przekazanych mu przez Zamawiającego materiałów i dokumentów.
2. Zamawiający zastrzega sobie możliwość kontroli realizacji zamówienia.





§ 7

W zakresie nieuregulowanym umową mają zastosowanie przepisy kodeksu cywilnego (Dz. U. z dn. 23 kwietnia 1964 r. Nr 16, poz. 93. z późn. zm.) oraz ustawy prawo zamówień publicznych (Dz. U. z dn. 25 czerwca 2010 r. Nr 113, poz. 759).

§ 8

Spory wynikłe w związku z realizacją niniejszej umowy rozstrzygane będą przez sąd właściwy dla siedziby Zamawiającego.

§ 9

Umowa zostaje zawarta do dnia 31 grudnia 2012 roku z zastrzeżeniem, że wartość zrealizowanych zamówień wynikających z umowy nie może przekroczyć kwoty złotych brutto (słownie:złotych i 00/100 groszy). Po osiągnięciu powyższej wartości, umowa zostanie uznana za wykonaną.

§ 10

Zamawiający przewiduje zmianę umowy w części dotyczącej doboru gazet lub mediów elektronicznych, w których ma się odbywać publikacja ogłoszeń, jeśli w zaoferowanych tytułach nie będzie możliwości publikacji ogłoszeń, pod warunkiem, że alternatywne tytuły będą zapewniać warunki nie gorsze niż wskazane w ofercie.

§ 11

Umowę sporządzono w 3 jednobrzmiących egzemplarzach, w tym 2 egzemplarze dla Zamawiającego i 1 egzemplarz dla Wykonawcy.

§ 12

Integralną część umowy stanowią:

1. Załącznik nr 1 - opis przedmiotu zamówienia
2. Załącznik nr 2 - oferta Wykonawcy
3. Załącznik nr 3 – aktualny odpis KRS Wykonawcy z dnia 11.02.2011 r.

ZAMAWIAJĄCY

WYKONAWCA

Strona 5





ZAŁĄCZNIK NR 1

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Celem zamówienia jest dotarcie do podanych dalej grup docelowych na obszarze wsparcia Program Współpracy Transgranicznej Polska–Białoruś–Ukraina 2007-2013 (dalej programu) z informacjami o prowadzonych naborach wniosków i o stanie wdrażania programu.

Przedmiotem zamówienia jest:

1. Zakup powierzchni reklamowej, przygotowanie i publikacja ogłoszeń oraz artykułów w prasie regionalnej i lokalnej ukazującej się na obszarze wsparcia programu (opisanego szczegółowo dalej).
2. Zakup powierzchni reklamowej, przygotowanie i publikacja banerów reklamowych oraz artykułów w informacyjnych mediach elektronicznych dedykowanych regionom z obszaru wsparcia programu oraz w specjalistycznych mediach elektronicznych zajmujących się tematyką: działalność organizacji pozarządowych, działalność samorządów, edukacja dzieci i młodzieży, współpraca między Polską, Ukrainą i Białorusią.

Grupy docelowe

- władze lokalne i regionalne; podmioty świadczące publiczne usługi na zlecenie tych władz, inne podmioty prawa z udziałem tych władz lub działające w ich imieniu;
- instytucje centralne odpowiedzialne w imieniu władz regionalnych i lokalnych za realizację zadań publicznych na poziomie regionalnym/lokalnym;
- regionalne i lokalne przedstawicielstwa/agendy władz centralnych odpowiedzialne za realizację zadań publicznych na poziomie regionalnym/lokalnym;
- organizacje/instytucje państwowe;
- organizacje pozarządowe i non profit, takie jak: organizacje wspierające przedsiębiorczość,
- lokalne agencje przedsiębiorczości, agencje rozwoju, izby handlowe, agencje turystyczne,
- instytucje edukacyjne i szkoleniowe, instytucje badawcze, organizacje producentów,
- związki zawodowe, agencje zatrudnienia;
- euroregiony utworzone na wschodniej granicy Polski.

Tryb przekazywania przez Wykonawcę i tryb akceptacji przez Zamawiającego projektów ogłoszeń drukowanych i internetowych modułów graficznych:

- Wykonawca jest zobowiązany do przedstawienia projektu ogłoszenia prasowego lub internetowego modułu graficznego w ciągu 3 dni roboczych od dnia otrzymania od Zamawiającego wszystkich materiałów niezbędnych do zaprojektowania.
- Zamawiający zgłasza ewentualne poprawki do projektów w ciągu 2 dni roboczych, które Wykonawca jest zobowiązany nanieść w ciągu kolejnych 2 dni roboczych.





- Po akceptacji projektów Wykonawca i Zamawiający potwierdzają daty publikacji ogłoszeń w mediach drukowanych lub elektronicznych w formie odrębnego zamówienia.

CZĘŚĆ I: ZAMÓWIENIA W MEDIACH POLSKICH

1. Obszar dotarcia do wskazanych grup docelowych:

Województwo podlaskie, województwo lubelskie, województwo podkarpackie oraz w województwie mazowieckim powiaty: Ostrołęka, Przasnysz, Maków Mazowiecki, Pułtusk, Wyszaków, Ostrów Mazowiecka, Węgrów, Sokołów Podlaski, Siedlce, Łosice.

2. Przedmiot zamówienia – media drukowane

Zakup powierzchni reklamowej, przygotowanie graficzne i publikacja ogłoszeń oraz artykułów w następujących mediach drukowanych:

- a. co najmniej dwie regionalne gazety codzienne obejmujące swoim zasięgiem jak największą część województwa podlaskiego,
- b. co najmniej dwie regionalne gazety codzienne obejmujące swoim zasięgiem jak największą część województwa lubelskiego,
- c. co najmniej dwie regionalne gazety codzienne obejmujące swoim zasięgiem jak największą część województwa podkarpackiego,
- d. co najmniej jedna regionalna gazeta codzienna obejmująca swoim zasięgiem wskazane wyżej powiaty w województwie mazowieckim oraz dodatkowo co najmniej dwa tygodniki lokalne obejmujące łącznie jak największą część wymienionych powiatów.

3. Warunki podmiotowe – media drukowane

Wybrane gazety codzienne i tygodniki powinny charakteryzować się największym nakładem po odjęciu zwrotów spośród wszystkich podobnych pism ukazujących się na terenie opisanych regionów z pominięciem prasy bezpłatnej i gazet, których treść w ponad 60% stanowią ogłoszenia – wg danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy za styczeń-wrzesień 2011. Ponadto głównym kanałem dystrybucji wybranych tytułów powinna być sprzedaż detaliczna.

4. Wymogi zamówienia - media drukowane

Zamówienie musi zostać wykonane zgodnie z wymogami określonymi poniżej:

- a. format reklamy: prostokątny o wymiarach nie mniejszych niż 160 mm (w poziomie) x 270 mm (w pionie) w takim rozumieniu, że całkowita powierzchnia ogłoszenia nie może być mniejsza niż wynikająca z podanych wymiarów a ostateczne proporcje boków ogłoszenia mogą być dostosowane do indywidualnych wymogów wydawców gazet; reklama kolorowa (4 kolory CMYK),
- b. miejsce umieszczenia reklamy: grzbiet główny, strona prawa (lub okładka), strona redakcyjna; ogłoszenie bezwzględnie nie może sąsiadować z informacjami lub zdjęciami o tematyce seksualnej lub kryminalnej – na tej samej stronie i na stronie przeciwległej.





- c. wykonawca powinien określić koszt jednego modułu ogłoszeniowego wielkości 1cm² powierzchni reklamowej w wybranym tytule prasowym opierając się na wymaganej, minimalnej wielkości ogłoszenia podanej w punkcie 4.a, a w przypadku zlecenia wykupu większej powierzchni, koszt powiększenia o określoną ilość modułów wielkości 1cm² będzie liczony według tak podanego przelicznika,
- d. cena za zamieszczenie ogłoszenia musi być stała bez względu na możliwe strony do wykorzystania oraz daty publikacji; publikacja ogłoszeń będzie się odbywać wg bieżących potrzeb Zamawiającego.

5. Przedmiot zamówienia – media elektroniczne

Opracowanie media planu i realizacja kampanii reklamowej w Internecie wg tego planu, w tym zakup powierzchni reklamowej oraz przygotowanie narzędzi reklamowych do publikacji w Internecie w następujących mediach elektronicznych:

- a. co najmniej jeden portal informacyjny dedykowany województwu podlaskiemu
- b. co najmniej jeden portal informacyjny dedykowany województwu lubelskiemu
- c. co najmniej jeden portal informacyjny dedykowany województwu podkarpackiemu
- d. co najmniej jeden portal informacyjny dedykowany województwu mazowieckiemu
- e. co najmniej trzy specjalistyczne portale dedykowane wskazanym grupom docelowym i obejmujące następującą tematykę: działalność organizacji pozarządowych lub działalność samorządów lub edukacja dzieci i młodzieży lub współpraca między Polską, Ukrainą i Białorusią.

6. Warunki podmiotowe – media elektroniczne

Wybrane media elektroniczne powinny istnieć na rynku przynajmniej od 1 stycznia 2011, powinny charakteryzować się średnią oglądalnością: w przypadku portali informacyjnych przynajmniej 10 000 odwiedzin dziennie, w przypadku portali tematycznych przynajmniej 1000 odwiedzin dziennie w (liczone wg danych z 2011 roku, na przykład za pomocą narzędzia Google Analytics). Za zgodą Zamawiającego Wykonawca może wykorzystać portale informacyjne dedykowane więcej niż jednemu z podanych regionów i jednocześnie zmniejszyć ilość wykorzystanych portali w kampanii.

7. Wymogi zamówienia - media elektroniczne

Zamówienie musi zostać wykonane zgodnie z wymogami określonymi poniżej:

- a. format reklamy: reklama banerowa lub kontekstowa w postaci modułu graficznego o wielkości gwarantującej czytelne wyświetlenie następujących elementów: logotyp Zamawiającego, flaga UE, hasło reklamowe złożone z 90 znaków ze spacjami,
- b. Wykonawca powinien podpiąć moduł pod stronę internetową Zamawiającego,
- c. miejsce umieszczenia reklamy: strona główna witryny, dział typu „nowości” lub dział typu „fundusze z UE”,





- d. wykonawca powinien określić koszt publikacji jednego modułu graficznego opisanego w punkcie 7.a, a w przypadku zlecenia wykupu większej powierzchni, koszt powiększenia o określoną ilość modułów będzie liczony według tak podanego przelicznika,
- e. cena za zamieszczenie modułu musi być stała bez względu na możliwe do wykorzystania strony witryny oraz daty publikacji; publikacja modułów będzie się odbywać wg bieżących potrzeb Zamawiającego,
- f. minimalny czas emisji modułu graficznego na jednym portalu: 3 dni (wyświetlanie zmienne), minimalny czas trwania całej kampanii: 7 dni.
- g. Wykonawca powinien podpiąć kody zliczające ilość odsłon reklamy i przedstawić Zamawiającemu raport z oglądalności kampanii po jej zakończeniu.

CZEŚĆ II: ZAMÓWIENIA W MEDIACH UKRAIŃSKICH

1. Obszar dotarcia do wskazanych grup docelowych:

obwód lwowski, wołyński, zakarpacki, obwód rówieński, tarnopolski oraz iwanofrankowski.

2. Przedmiot zamówienia – media drukowane

Zakup powierzchni reklamowej, przygotowanie graficzne i publikacja ogłoszeń oraz artykułów w następujących mediach drukowanych:

- a. co najmniej dwie regionalne gazety codzienne obejmujące swoim zasięgiem jak największą część obwodu lwowskiego,
- b. co najmniej dwie regionalne gazety codzienne obejmujące swoim zasięgiem jak największą część obwodu wołyńskiego,
- c. co najmniej dwie regionalne gazety codzienne obejmujące swoim zasięgiem jak największą część obwodu zakarpackiego,
- d. co najmniej dwie regionalne gazety codzienne obejmujące swoim zasięgiem jak największą część obwodu tarnopolskiego,
- e. co najmniej dwie regionalne gazety codzienne obejmujące swoim zasięgiem jak największą część obwodu rówieńskiego,
- f. co najmniej dwie regionalne gazety codzienne obejmujące swoim zasięgiem jak największą część obwodu iwanofrankowskiego.

3. Warunki podmiotowe – media drukowane

Wybrane gazety powinny charakteryzować się największym nakładem spośród wszystkich podobnych gazet ukazujących się na terenie opisanych regionów z pominięciem prasy bezpłatnej i gazet, których treść w ponad 60% stanowią ogłoszenia – wg oficjalnych badań dystrybucji prasy na Ukrainie. Ponadto głównym kanałem dystrybucji wybranych tytułów powinna być sprzedaż detaliczna. Za zgodą Zamawiającego Wykonawca może wykorzystać gazety obejmujące swoim zasięgiem więcej niż jeden z podanych regionów i jednocześnie zmniejszyć ilość wykorzystanych do kampanii tytułów. Za zgodą Zamawiającego Wykonawca może także wykorzystać do kampanii tytuły ukazujące się tylko kilka razy w tygodniu (nie codziennie), jeśli to będzie zgodne z planami emisyjnymi Zamawiającego.





4. Wymogi zamówienia - media drukowane

Zamówienie musi zostać wykonane zgodnie z wymogami określonymi poniżej:

- a. format reklamy: prostokątny o wymiarach nie mniejszych niż 160 mm (w poziomie) x 270 mm (w pionie) w takim rozumieniu, że całkowita powierzchnia ogłoszenia nie może być mniejsza niż wynikająca z podanych wymiarów a ostateczne proporcje boków ogłoszenia mogą być dostosowane do indywidualnych wymogów wydawców gazet; reklama kolorowa (4 kolory CMYK),
- b. miejsce umieszczenia reklamy: grzbiet główny, strona prawa (lub okładka), strona redakcyjna; ogłoszenie bezwzględnie nie może sąsiadować z informacjami lub zdjęciami o tematyce seksualnej lub kryminalnej – na tej samej stronie i na stronie przeciwległej.
- c. wykonawca powinien określić koszt jednego modułu ogłoszeniowego wielkości 1cm² powierzchni reklamowej w wybranym tytule prasowym opierając się na wymaganej, minimalnej wielkości ogłoszenia podanej w punkcie 4.a, a w przypadku zlecenia wykupu większej powierzchni, koszt powiększenia o określoną ilość modułów wielkości 1cm² będzie liczony według tak podanego przelicznika,
- d. cena za zamieszczenie ogłoszenia musi być stała bez względu na możliwe strony do wykorzystania oraz daty publikacji; publikacja ogłoszeń będzie się odbywać wg bieżących potrzeb Zamawiającego.

5. Przedmiot zamówienia – media elektroniczne

Opracowanie media planu i realizacja kampanii reklamowej w Internecie wg tego planu, w tym zakup powierzchni reklamowej oraz przygotowanie narzędzi reklamowych do publikacji w Internecie w następujących mediach elektronicznych:

- a. co najmniej jeden portal informacyjny dedykowany obwodowi lwowskiemu
- b. co najmniej jeden portal informacyjny dedykowany obwodowi wołyńskiemu
- c. co najmniej jeden portal informacyjny dedykowany obwodowi zakarpackiemu
- d. co najmniej jeden portal informacyjny dedykowany obwodowi tarnopolskiemu
- e. co najmniej jeden portal informacyjny dedykowany obwodowi rówieńskiemu
- f. co najmniej jeden portal informacyjny dedykowany obwodowi iwanofrankowskiemu
- g. co najmniej trzy specjalistyczne portale dedykowane wskazanym grupom docelowym i obejmujące następującą tematykę: działalność organizacji pozarządowych lub działalność samorządów lub edukacja dzieci i młodzieży lub współpraca między Polską, Ukrainą i Białorusią.

6. Warunki podmiotowe – media elektroniczne

Wybrane media elektroniczne powinny istnieć na rynku przynajmniej od 1 stycznia 2011, powinny charakteryzować się średnią oglądalnością: w przypadku portali informacyjnych przynajmniej 10 000 odwiedzin dziennie, w przypadku portali tematycznych przynajmniej 1000 odwiedzin dziennie (liczone wg danych z 2011 roku, na przykład za pomocą narzędzia Google Analytics). Za zgodą Zamawiającego Wykonawca może wykorzystać portale informacyjne dedykowane więcej niż jednemu z podanych regionów i jednocześnie





zmniejszyć ilość wykorzystanych portali w kampanii.

7. Wymogi zamówienia - media elektroniczne

Zamówienie musi zostać wykonane zgodnie z wymogami określonymi poniżej:

- a. format reklamy: reklama banerowa lub kontekstowa w postaci modułu graficznego o wielkości gwarantującej czytelne wyświetlenie następujących elementów: logotyp Zamawiającego, flaga UE, hasło reklamowe złożone z 90 znaków ze spacjami; Wykonawca powinien podpiąć moduł pod stronę internetową Zamawiającego,
- b. miejsce umieszczenia reklamy: strona główna witryny, dział typu „nowości” lub dział typu „projekty międzynarodowe”,
- c. wykonawca powinien określić koszt publikacji jednego modułu graficznego opisanego w punkcie 7.a, a w przypadku zlecenia wykupu większej powierzchni, koszt powiększenia o określoną ilość modułów będzie liczony według tak podanego przelicznika,
- d. cena za zamieszczenie modułu musi być stała bez względu na możliwe do wykorzystania strony witryny oraz daty publikacji; publikacja modułów będzie się odbywać wg bieżących potrzeb Zamawiającego,
- e. minimalny czas emisji modułu graficznego na jednym portalu: 3 dni (wyświetlanie zmienne), minimalny czas trwania całej kampanii: 7 dni.
- f. Wykonawca powinien podpiąć kody zliczające ilość odsłon reklamy i przedstawić Zamawiającemu raport z oglądalności kampanii po jej zakończeniu.

CZEŚĆ III: ZAMÓWIENIA W MEDIACH BIAŁORUSKICH

1. Obszar dotarcia:

obwód grodzieński, obwód brzeski, obwód miński, obwód homelski.

2. Przedmiot zamówienia – media drukowane

Zakup powierzchni reklamowej, przygotowanie graficzne i publikacja ogłoszeń oraz artykułów w następujących mediach drukowanych:

- a. co najmniej dwie regionalne gazety codzienne obejmujące swoim zasięgiem jak największą część obwodu grodzieńskiego,
- b. co najmniej dwie regionalne gazety codzienne obejmujące swoim zasięgiem jak największą część obwodu brzeskiego,
- c. co najmniej dwie regionalne gazety codzienne obejmujące swoim zasięgiem jak największą część obwodu mińskiego,
- d. co najmniej dwie regionalne gazety codzienne obejmujące swoim zasięgiem jak największą część obwodu homelskiego,
- e. co najmniej cztery gazety lokalne obejmujące swoim zasięgiem łącznie środkowy obszar Białorusi, w tym rejon miasta: Słonim, Baranowicze, Mołodeczno, Pińsk.

3. Warunki podmiotowe – media drukowane

Wybrane tytuły powinny charakteryzować się największym nakładem spośród wszystkich





podobnych gazet ukazujących się na terenie opisanych regionów z pominięciem prasy bezpłatnej i gazet, których treść w ponad 60% stanowią ogłoszenia – wg danych Ministerstwa Informacji Białorusi za okres styczeń-wrzesień 2011. Ponadto głównym kanałem dystrybucji wybranych tytułów powinna być sprzedaż detaliczna. Za zgodą Zamawiającego Wykonawca może wykorzystać gazety obejmujące swoim zasięgiem więcej niż jeden z podanych regionów i jednocześnie zmniejszyć ilość wykorzystanych do kampanii tytułów. Za zgodą Zamawiającego Wykonawca może także wykorzystać do kampanii tytuły ukazujące się tylko kilka razy w tygodniu (nie codziennie), jeśli to będzie zgodne z planami emisyjnymi Zamawiającego.

4. Wymogi zamówienia - media drukowane

Zamówienie musi zostać wykonane zgodnie z wymogami określonymi poniżej:

- a. format reklamy: prostokątny o wymiarach nie mniejszych niż 160 mm (w poziomie) x 270 mm (w pionie) w takim rozumieniu, że całkowita powierzchnia ogłoszenia nie może być mniejsza niż wynikająca z podanych wymiarów a ostateczne proporcje boków ogłoszenia mogą być dostosowane do indywidualnych wymogów wydawców gazet; reklama kolorowa (4 kolory CMYK),
- b. miejsce umieszczenia reklamy: grzbiet główny, strona prawa (lub okładka), strona redakcyjna; ogłoszenie bezwzględnie nie może sąsiadować z informacjami lub zdjęciami o tematyce seksualnej lub kryminalnej – na tej samej stronie i na stronie przeciwległej.
- c. wykonawca powinien określić koszt jednego modułu ogłoszeniowego wielkości 1cm² powierzchni reklamowej w wybranym tytule prasowym opierając się na wymaganej, minimalnej wielkości ogłoszenia podanej w punkcie 4.a, a w przypadku zlecenia wykupu większej powierzchni, koszt powiększenia o określoną ilość modułów wielkości 1cm² będzie liczony według tak podanego przelicznika,
- d. cena za zamieszczenie ogłoszenia musi być stała bez względu na możliwe strony do wykorzystania oraz daty publikacji; publikacja ogłoszeń będzie się odbywać wg bieżących potrzeb Zamawiającego.

5. Przedmiot zamówienia – media elektroniczne

Opracowanie media planu i realizacja kampanii reklamowej w Internecie wg tego planu, w tym zakup powierzchni reklamowej oraz przygotowanie narzędzi reklamowych do publikacji w Internecie w następujących mediach elektronicznych:

- a. co najmniej jeden portal informacyjny dedykowany obwodowi grodzieńskiemu
- b. co najmniej jeden portal informacyjny dedykowany obwodowi brzeskiemu
- c. co najmniej jeden portal informacyjny dedykowany obwodowi mińskiemu
- d. co najmniej jeden portal informacyjny dedykowany obwodowi homelskiemu
- e. co najmniej trzy specjalistyczne portale dedykowane wskazanym grupom docelowym i obejmujące następującą tematykę: działalność organizacji pozarządowych lub działalność samorządów lub edukacja dzieci i młodzieży lub współpraca między Polską, Ukrainą i Białorusią.





6. Warunki podmiotowe – media elektroniczne

Wybrane media elektroniczne powinny istnieć na rynku przynajmniej od 1 stycznia 2011, powinny charakteryzować się średnią oglądalnością: w przypadku portali informacyjnych przynajmniej 10 000 odwiedzin dziennie, w przypadku portali tematycznych przynajmniej 1000 odwiedzin dziennie w (liczone wg danych z 2011 roku, na przykład za pomocą narzędzia Google Analytics). Za zgodą Zamawiającego Wykonawca może wykorzystywać portale informacyjne dedykowane więcej niż jednemu z podanych regionów i jednocześnie zmniejszyć ilość wykorzystanych portali w kampanii.

7. Wymogi zamówienia - media elektroniczne

Zamówienie musi zostać wykonane zgodnie z wymogami określonymi poniżej:

- a. format reklamy: reklama banerowa lub kontekstowa w postaci modułu graficznego o wielkości gwarantującej czytelne wyświetlenie następujących elementów: logotyp Zamawiającego, flaga UE, hasło reklamowe złożone z 90 znaków ze spacjami, Wykonawca powinien podpiąć moduł pod stronę internetową Zamawiającego,
- b. miejsce umieszczenia reklamy: strona główna witryny, dział typu „nowości” lub dział typu „projekty międzynarodowe”,
- c. wykonawca powinien określić koszt publikacji jednego modułu graficznego opisanego w punkcie **7.a**, a w przypadku zlecenia wykupu większej powierzchni, koszt powiększenia o określoną ilość modułów będzie liczony według tak podanego przelicznika,
- d. cena za zamieszczenie modułu musi być stała bez względu na możliwe do wykorzystania strony witryny oraz daty publikacji; publikacja modułów będzie się odbywać wg bieżących potrzeb Zamawiającego,
- e. minimalny czas emisji modułu graficznego na jednym portalu: 3 dni (wyświetlanie zmienne), minimalny czas trwania całej kampanii: 7 dni.
- f. Wykonawca powinien podpiąć kody zliczające ilość odsłon reklamy i przedstawić Zamawiającemu raport z oglądalności kampanii po jej zakończeniu.

