

Czeladź, dnia 29.06.2009 r.

B-PM.341- 167/09
ZP/26/U/B-PM/09

Wg. rozdzielnika

Dot: zmiany treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia w postępowaniu na kampanię promocji inwestycyjnej miasta Czeladź „Gospodarcza Brama Śląska – inwestuj w Czeladzi. Kampania promocji inwestycyjnej miasta Czeladź”.

Działając na podstawie art. 38 ust. 4 Ustawy, Zamawiający zmienia treść Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia w następujący sposób:

Załącznik nr 1 do wzoru umowy (stanowiący załącznik nr 5 do SIWZ) otrzymuje brzmienie:

załącznik nr 1
do wzoru umowy nr B-PM / 09

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest kampania promocji inwestycyjnej miasta Czeladź „Gospodarcza Brama Śląska – inwestuj w Czeladzi” w ramach projektu współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

Szczegółowy zakres przedmiotu zamówienia:

I. PRZYGOTOWANIE I PRZEPROWADZENIE KAMPANII MEDIALNEJ

- artykuły prasowe** w czasopismach biznesowych (branżowych), dodatkach gospodarczych gazet ogólnopolskich i regionalnych, ale także w ogólnopolskiej gazecie opinii.
 - **Gazeta 1:** dodatek poświęcony nieruchomościom w ogólnopolskim dzienniku o tematyce informacyjnej i publicystycznej, ekonomicznej i prawnej, nakład minimum 200 tys. egz.. Ogłoszenie w dodatku, moduł 4x4, pozostałe strony redakcyjne. (3 emisje).
 - **Gazeta 2:** miesięcznik branżowy opisujący przedsięwzięcia inwestycyjne w polskich aglomeracjach: Katowicach, Poznaniu, Warszawie, Wrocławiu, nakład minimum 8.000 egz., Reklama: moduł 1/3 spad, (3 emisje),
 - **Gazeta 3:** śląskie wydanie regionalne dziennika ogólnopolskiego o charakterze informacyjnym i publicystycznym o nakładzie min. 250 tys. egz., nakład wydania regionalnego min. 65 tys. egz. Reklama rozmiaru 9 modułów, (4 emisje),
 - **Gazeta 4:** ogólnopolski tygodnik opinii, nakład min. 200 tys. egzemplarzy, sprzedaż minimum 140 tys. egz., grzbiet główny, moduł A-11 lewa II tj. 1/3 strony, lewa strona gazety - parzysta (1 emisja).

Terminy emisji zgodnie z harmonogramem, stanowiącym załącznik nr 2 do wzoru umowy.

- Internet (kampania bannerowa)** – portal ogólnopolski i jego witryna poświęcona gospodarce, o liczbie RU dla głównego portalu (real users) minimum 8,0 mln osób (wg pomiarów oglądalności witryn internetowych).

Zamówienie dotyczące pozycjonowania oraz liczby wyświetleń:

Ilość odsłon – 1 500 000, rozłożona proporcjonalnie w 4 cyklach, zgodnie z harmonogramem.

800 000 odsłon należy skierować na strony ogólnopolskie biznes, 700 000 na strony geotargetowane na Województwo Śląskie.

- reklama zewnętrzna / outdoor** (tablice reklamowe) w pobliżu pól inwestycyjnych z informacjami użytecznymi dla inwestorów, mapami itp.
 - wykonanie 4 wolnostojących tablic reklamowych jednostronnych
 - opis tablic: tablice typu billboard, ze stali ocynkowanej, zabezpieczone antykorozyjnie, malowane w technice o okresie gwarancji powłok minimum 5 lat), zgodnie z wykonanymi projektami Zamawiającego, ekran 6x4m, wysokość łączna 8 m, oświetlenie

(według dokumentacji technicznej zał. nr 6), wzór graficzny oraz kolorystyka wg uzgodnionego projektu kolorystyki.

- c. Lokalizacja: 4 miejsc:
 - wjazd do miasta – DK 94 – ul. Staszica (dz. nr 1/10) – tablica jednostronna
 - wjazd do miasta – DK 94 – „Wschodnia Strefa Ekonomiczna – wjazd Będzin / Strefa” – ul. Bedzińska (dz. nr 122) tablica jednostronna
 - ul. Wiejska – Handlowa „Wschodnia Strefa Ekonomiczna – wjazd 2” (dz. nr 42/3 i 43/3) – tablica jednostronna
 - skwer – ul. Staszica/ Mysłowicka – DK 94 (dz. nr 158) – tablica jednostronna
- d. Podłączenie do sieci oświetlenia ulicznego, po uzgodnieniu z MZGK wg warunków technicznych oraz projektu budowlanego przekazanego przez Zamawiającego.
- e. Wykonanie projektu i plansz graficznych wg wzoru uzgodnionego z Zamawiającym.
Informacja powinna być zamieszczona w formie standardowego plakatu dla nośników typu billboard według wykonanego przez Wykonawcę, a zatwierdzonego przez Zamawiającego projektu graficznego. Format plakatu dostosowany do formatu billboardu. Wymagana od Wykonawcy jest wymiana plakatu pod koniec okresu umowy (zgodnie z harmonogramem).

II. Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii lotniskowej

1. Umieszczenie reklamy w podświetlonym kasetonie o wymiarach 250cm x125cm w terminalu odlotów (Schengen) MPL Pyrzowice na okres półtora roku.
2. Sponsorowany artykuł w wersji polskiej i angielskiej w magazynie wydawanym przez Międzynarodowy Port Lotniczy PYRZOWICE – 3-stronicowy materiał, przygotowany przez Wykonawcę i zatwierdzony przez Zamawiającego - 3 emisje, zgodnie z harmonogramem.

III. Wydawnictwa promocyjne – katalog ofert inwestycyjnych

Przygotowanie i druk folderu zawierającego prezentację miasta i oferty inwestycyjne (około 10 ofert):

- a. format: 210x297 (A4),
 - b. środek: kolor CMYK 4+4
 - c. papier: środek kreda 150 g, folia
 - d. okładka: 250 g, kolor CMYK 4+4, folia i lakier UV
 - e. oprawa zeszytowa (szycie w 2 miejscach)
 - f. objętość: 20 str., plus okładka,
 - g. nakład 3.000 egz. (druk 2 partiami 2 tys. – 2009 rok i 1 tys. – 2010 rok).
 - h. tłumaczenie materiału na język angielski (i zamieszczenie go w folderze)
- Oferta w tym zakresie obejmuje: projekt graficzny, skład, tłumaczenie, korekty, druk, dostawę do siedziby Zamawiającego.

IV. Przygotowanie multimedialnych.

Przygotowanie materiałów multimedialnych o ofercie inwestycyjnej i gospodarczej miasta w postaci dwóch prezentacji:

1. Interaktywna prezentacja multimedialna wykonana w technologii flash. Prezentacja powinna zawierać ogólną ofertę inwestycyjną i gospodarczą miasta między innymi w kontekście położenia geograficznego i charakterystyki istniejących stref gospodarczych, lokalnej przedsiębiorczości itp. Czas trwania prezentacji około 10 minut. Z możliwością zaimplementowania na stronie internetowej oraz plik do odczytu
2. Prezentacja stanowiąca formę elektronicznego folderu z pkt. III - Wydawnictwa promocyjne – katalog ofert inwestycyjnych, z przewracanymi stronami, wykonana w technologii flash. Ma być cyfrową wersją katalogu ofert inwestycyjnych. Prezentacja powinna przypominać gazetkę promocyjną hipermarketów. Przeglądarka powinna także umożliwiać otwierania poszczególnych ofert w dodatkowym oknie. Z możliwością zaimplementowania na stronie internetowej oraz plik do odczytu.

Materiały powyższe powinny zostać umieszczone na jednym pendrive i dostarczone w ilości 1000 szt.

- a) nadruk na pendrive logo (1kolor) [logo – 3 znaki wymagane przy realizacji projektów z

- dofinansowaniem środków unijnych]
b/ ilość – 1000 szt.
c) termin wykonania i dostawy do siedziby Zamawiającego zgodnie z harmonogramem.

V. Promocja projektu.

1. Artykuły prasowe
 - a. śląski dziennik regionalny o charakterze informacyjnym
 - b. 2 emisje, zgodnie z harmonogramem
 - c. Kolor, format ½ strony, strony redakcyjne przetargi i komunikaty (wydanie pełne wojewódzkie).
2. Ulotka o projekcie
 - a. format: 210x297 (A4) złożony na 3 do wymiaru 99x210
 - b. 4 kolory (4/4)
 - c. papier: kreda 150 g, folia
 - d. nakład 1.000 egz. (druk 2010 rok).

Oferta w tym zakresie obejmuje: projekt graficzny, skład, korekty, druk, dostawę do siedziby Zamawiającego.

W dziale XI pkt 1 otrzymuje brzmienie:

1. MIEJSCE I TERMIN SKŁADANIA OFERT

Oferty należy składać w Kancelarii pok.118 (I piętro) Urzędu Miasta Czeladź, Czeladź, ul. Katowicka 45 nie później niż **do godziny 9⁰⁰ dnia 8 lipca 2009 r.**

OPAKOWANIE I OZNAKOWANIE OFERT

Ofertę należy składać w nieprzejrzystej, zaklejonej kopercie lub opakowaniu.

Oferta winna być zaadresowana do Zamawiającego na adres:

**Urząd Miasta Czeladź
ul. Katowicka 45
41- 250 Czeladź**

i oznakowana następująco:

<p>OFERTA PRZETARGOWA</p> <p>„Gospodarcza Brama Śląska – inwestuj w Czeladzi. Kampania promocji inwestycyjnej miasta Czeladź”</p> <p><u>Nie otwierać przed 8 lipca 2009 r. do godziny 10⁰⁰.</u></p>

oraz winna być opatrzona nazwą i dokładnym adresem Oferenta.

W dziale XI pkt 3 zdanie 1 otrzymuje brzmienie:

Otwarcie ofert nastąpi w dniu 8 lipca 2009 r. o godzinie 10⁰⁰ w sali Nr 113 w Urzędzie Miasta Czeladź, ul. Katowicka 45.

**Zastępca Burmistrza
mgr Anna Ślagórska**