

## I. Opis ogólny przedmiotu zamówienia

1. Przedmiotem zamówienia jest kompleksowa usługa promocyjna Olsztyna jako Miasta Gospodarza międzynarodowej imprezy siatkarskiej: FIVB Mistrzostwa Świata w piłce siatkowej mężczyzn 2027 w Polsce (dalej: „Wydarzenie”), polegająca na przeprowadzeniu przez Wykonawcę działań promujących Miasto w związku z rozgrywaniem w Olsztynie meczów Fazy Grupowej Wydarzenia oraz powiązanych działań promocyjnych w latach 2026–2027.
2. Zamówienie dotyczy zakupu świadczeń promocyjnych. Udostępnienie hali widowiskowo-sportowej „Urania” w Olsztynie oraz zagadnienia organizacyjno-techniczne związane z obiektem nie stanowią przedmiotu niniejszego zamówienia.
3. Zakres zamówienia obejmuje w szczególności świadczenia realizowane:
  - a) w oficjalnych strefach Wydarzenia (hala / strefa boiska / nośniki w hali i w jej bezpośrednim otoczeniu),
  - b) w mediach (telewizja / internet),
  - c) w kanałach digital (www i social media),
  - d) w działaniach poligraficznych, outdoorowych.
4. Okres realizacji zamówienia – termin rozpoczęcia: od dnia zawarcia umowy; termin zakończenia: do dnia wykonania wszystkich świadczeń i przekazania raportu końcowego 30.11.2027 r.

## Kody CPV

- Główny CPV: 79342200-5 – Usługi w zakresie promocji.
- Pomocnicze CPV:
  - 79341000-6 – Usługi reklamowe,
  - 79340000-9 – Usługi reklamowe i marketingowe,
  - 79800000-2 – Usługi drukowania i usługi powiązane,
  - 79952000-2 – Usługi w zakresie organizacji imprez.

## II. Definicje

1. „Oficjalny sygnał transmisji” – sygnał telewizyjny Wydarzenia stanowiący sygnał bazowy realizacji telewizyjnej, udostępniany do dystrybucji transmisji dla nadawców lub równoważny sygnał dystrybucyjny, na podstawie którego realizowana jest transmisja Wydarzenia.
2. „Czas reklamowy w dyspozycji Wykonawcy” – część czasu emisji materiałów reklamowych na danym nośniku przewidziana do rozdysponowania w ramach praw marketingowych związanych z Wydarzeniem lub wydarzeniami wskazanymi w Pakiecie 2, którą Wykonawca jest uprawniony dysponować na

podstawie skutecznego tytułu prawnego (w szczególności praw własnych, licencji/sublicencji, umowy, autoryzacji lub pełnomocnictwa) udzielonego przez podmiot uprawniony do dysponowania tym czasem.

3. „Udział procentowy czasu reklamowego” – udział czasu emisji materiału Zamawiającego w łącznym czasie reklamowym pozostającym w dyspozycji Wykonawcy na danym nośniku w danym meczu/wydarzeniu, potwierdzany dowodami wskazanymi w rozdziale VII SOPZ.
4. „Internetowe Kanały Oficjalne” – serwis internetowy oraz profile w mediach społecznościowych prowadzone przez podmiot dysponujący prawami lub umocowaniem do oficjalnej komunikacji krajowej dotyczącej Wydarzenia i/lub siatkówki, w których Wykonawca zapewnia możliwość realizacji publikacji objętych Pakietem 1 pkt. 11 i Pakietem 2 pkt. 8.
5. „Pasek sponsorski” – wydzielona część layoutu materiału promocyjnego/reklamowego (online lub offline), przewidziana do prezentacji znaków partnerów/gospodarzy Wydarzenia.
6. „Materiały źródłowe Zamawiającego” – materiały przekazane Wykonawcy przez Zamawiającego w celu wytworzenia materiałów promocyjnych, w szczególności: logotypy/znaki Miasta, księga identyfikacji wizualnej Miasta, materiały foto/wideo.

### **III. Szczegółowy zakres świadczeń (pakiety)**

#### **Pakiet 1 – Usługa promocyjna Olsztyna podczas Mistrzostw Świata Mężczyzn 2027 r. w Piłce Siatkowej, w szczególności podczas fazy grupowej odbywającej się w Olsztynie, w hali widowiskowo-sportowej Urania (12 meczów)**

Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia świadczeń reklamowych podczas 12 meczów rozgrywanych w Olsztynie w ramach fazy grupowej Wydarzenia (w ciągu 6 dni, między 10.09 a 26.09.2027 r.) w zakresie co najmniej:

1. **Bandy elektroniczne (LED) – emisja logo i/lub spotu Olsztyna**
  - a) emisja logo i/lub spotu promującego Olsztyn na bandach LED w wymiarze 2% czasu reklamowego w dyspozycji Wykonawcy – w każdym z 12 meczów;
  - b) ekspozycja realizowana w sposób zapewniający widoczność w oficjalnym sygnale transmisji;
  - c) Wykonawca zobowiązany jest do wytworzenia spotu promującego Olsztyn na podstawie Materiałów źródłowych Zamawiającego oraz do dostosowania go do wymagań technicznych emisji na bandach LED; emisja następuje wyłącznie po przedniej akceptacji Zamawiającego.
2. **Naklejka na boisku**

a) ekspozycja nazwy Miasta na naklejce o minimalnej wielkości 2m x 1m na boisku podczas 12 meczów, miejsce umieszczenia na boisku do ustalenia z Zamawiającym;

b) projekt przygotowany zgodnie z wytycznymi Wydarzenia i przekazany Zamawiającemu do akceptacji przed wykonaniem;

c) Wykonawca odpowiada za zapewnienie, aby ekspozycja była czytelna i kompletna przez cały okres świadczenia; w przypadku uszkodzeń, odklejeń lub zniszczeń – Wykonawca zobowiązany jest do niezwłocznego podjęcia działań naprawczych w sposób zgodny z wytycznymi Wydarzenia.

### 3. **Banda stała** – 1 panel

ekspozycja nazwy Miasta na 1 panelu bandy stałej podczas 12 meczów, ustawionej za stanowiskiem sędziego głównego na słupku.

### 4. **Kosz centralny i ekrany LED wewnątrz hali**

emisja logotypu Olsztyna i/lub spotu promującego Olsztyn na koszu centralnym nad boiskiem oraz na ekranach LED w ciągach komunikacyjnych hali podczas 12 meczów; Wykonawca zobowiązany jest do wytworzenia spotu promującego Olsztyn na podstawie Materiałów źródłowych Zamawiającego oraz do dostosowania go do wymagań technicznych emisji na koszu centralnym i ekranach LED w hali; emisja logotypu/spotu następuje wyłącznie po uprzedniej akceptacji Zamawiającego.

### 5. **Ścianki sponsorskie:** konferencyjna / telewizyjna / mixed zone

a) ekspozycja logo lub nazwy Miasta na ściance konferencyjnej, telewizyjnej i w strefie mixed zone oraz pozostałych ściankach drukowanych wykorzystywanych przy okazji meczów fazy grupowej Wydarzenia;

b) umiejscowienie logo/nazwy Miasta w sposób zapewniający widoczność „w oku kamery”;

c) projekty opracowane zgodnie z wytycznymi Wydarzenia i przekazane Zamawiającemu do akceptacji przed produkcją.

### 6. **Nośniki reklamowe przed halą**

ekspozycja dowolnych nośników reklamowych Olsztyna przed halą podczas 12 meczów w lokalizacjach dopuszczonych organizacyjnie i regulaminowo; Zamawiający dostarcza nośniki Wykonawcy, który zapewnia koordynację i uzgodnienia ustawienia nośników reklamowych; ekspozycja nośników widoczna podczas wszystkich dni meczowych fazy grupowej.

### 7. **Stoisko w hali**

zapewnienie możliwości ekspozycji stoiska Olsztyna w hali Urania podczas 12 meczów fazy grupowej, w tym przekazanie zasad organizacyjnych (strefa, dostęp, godziny montażu/demontażu, zasady brandingu).

#### **8. Promocja lokalna/Outdoor**

Wykonawca zobowiązany jest do trwającej min. 14 dni lokalnej kampanii promocyjno-reklamowej Olsztyna jako Gospodarza fazy grupowej Mistrzostw Świata mężczyzn 2027 w Polsce. Kampania będzie polegała na zagospodarowaniu lokalnych powierzchni reklamowych (np. billboardy, bannery, plakaty, citylighty lub równoważne) zawierająca nazwę i/lub logo Miasta oraz komunikat promocyjny. Plan promocji (wykaz nośników, lokalizacji, terminy i projekty kreacji) zostanie przedstawiony do akceptacji Zamawiającego min. 30 dni przed startem kampanii outdoor.

#### **9. Materiały poligraficzne**

Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia ekspozycji logotypu Olsztyna na wszystkich materiałach poligraficznych dedykowanych fazie grupowej Wydarzenia rozgrywanej w Olsztynie wytwarzanych/drukowanych w związku z tą częścią Wydarzenia, co najmniej na pasku sponsorkim na materiałach obejmujących:

- a) zaproszenia i/lub bilety,
- b) akredytacje/identyfikatory,
- c) plakaty,
- d) inne materiały poligraficzne (jeżeli występują).

Zamawiający nie dysponuje wiążącą informacją o nakładach; Wykonawca przedstawia wykaz kategorii materiałów oraz raportuje nakłady wraz z dokumentacją fotograficzną.

#### **10. Telewizja (kanały sportowe o zasięgu ogólnopolskim)**

Wykonawca zobowiązany jest do opracowania i emisji kampanii telewizyjnej obejmującej co najmniej:

- a) 30 emisji spotu telewizyjnego,
- b) czas trwania spotu: minimum 30 sekund,
- c) przekaz promujący Olsztyn jako jednego z Miast Gospodarzy Mistrzostw Świata w siatkówce mężczyzn w Polsce w 2027 r.

Finalna wersja spotu oraz sposób użycia logotypu/nazwy Miasta zostaną przekazane Zamawiającemu do akceptacji przed rozpoczęciem emisji.

Wykonawca wytwarza spot telewizyjny na podstawie Materiałów źródłowych Zamawiającego.

#### **11. Internet – kampania geotargetowana w ogólnopolskim portalu**

Wykonawca zobowiązany jest do realizacji kampanii promocyjno-reklamowej z geotargetowaniem na region, przeprowadzonej w 2027 r., obejmujących co najmniej:

- a) 1 banner reklamowy w kampanii,

- b) minimalna, łączna liczba odsłon: 500 000 w kampanii,
- c) kreacja uwzględnia logo lub nazwę Miasta jako Miasta Gospodarza Mistrzostw Świata w siatkówce mężczyzn w Polsce w 2027 r.

Finalna wersja banneru oraz sposób użycia logotypu/nazwy Miasta zostaną przekazane Zamawiającemu do akceptacji przed rozpoczęciem emisji

## **12. Social media – publikacje w Internetowych Kanałach Oficjalnych**

Wykonawca zobowiązany jest do przeprowadzenia kampanii promocyjno-reklamowej w 2027 r., w mediach społecznościowych Internetowych Kanałach Oficjalnych obejmujących co najmniej platformy: Facebook, Instagram (lub kanały równoważne w przypadku zmian nazw/zakresu).

Minimalna liczba publikacji:

- a) Facebook – co najmniej 10 postów promujących Olsztyn jako jednego z gospodarzy Mistrzostw świata w siatkówce mężczyzn;
- b) Instagram – co najmniej 10 postów dedykowanych Fazie Grupowej Wydarzenia rozgrywanej w Olsztynie.

W publikacjach Wykonawca zobowiązany jest zapewnić uwzględnienie logo Miasta na pasku sponsorskim, przy zachowaniu zgodności z wytycznymi identyfikacji wizualnej Zamawiającego oraz wytycznymi Wydarzenia. Każda publikacja powinna zawierać co najmniej tekst promocyjny oraz (o ile to właściwe dla formatu) element graficzny/fotograficzny; hashtag/oznaczenia – o ile są stosowane w oficjalnej komunikacji Wydarzenia.

## **Pakiet 2 – Usługa promocyjna Olsztyna w ramach kampanii promocyjno-reklamowych odbywających się w 2026 r. i dotyczących Mistrzostw Świata Mężczyzn w Piłce Siatkowej w 2027 r.**

### **A) Mecz towarzyski reprezentacji Polski mężczyzn w piłce siatkowej.**

Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia świadczeń reklamowych podczas meczu towarzyskiego reprezentacji Polski mężczyzn w piłce siatkowej, rozgrywanego w Olsztynie, w hali Urania (10.07.2026 r.), w zakresie co najmniej:

#### **1. Bandy elektroniczne (LED) w hali**

Wykonawca zapewni emisję spotu promującego Olsztyn na bandach LED przez minimum 2% czasu reklamowego w dyspozycji Wykonawcy, podczas meczu towarzyskiego reprezentacji męskiej Polski rozgrywanego w 2026 r., transmitowanego w sportowych kanałach telewizji, w wymiarze co najmniej 1% czasu reklamowego w dyspozycji Wykonawcy.

#### **2. Ścianka reklamowa**

- a) ekspozycja logo Miasta na ścianie reklamowej produkowanej przy okazji meczu towarzyskiego;

b) umiejscowienie logo Miasta na minimum 2% powierzchni ścianki w sposób zapewniający widoczność „w oku kamery”;

c) projekt ścianki przekazany Zamawiającemu do akceptacji przed produkcją.

### 3. **Nośniki elektroniczne w hali**

emisja logotypu Olsztyna i/lub nazwy Miasta na ekranach LED w ciągach komunikacyjnych hali; przygotowanie spotu i dostosowanie go do wymagań technicznych po stronie Miasta.

### 4. **Materiały poligraficzne**

Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia ekspozycji logotypu Olsztyna na wszystkich materiałach poligraficznych wytwarzanych/drukowanych w związku z meczem towarzyskim, co najmniej na pasku sponsorskim na materiałach obejmujących:

a) zaproszenia i/lub bilety,

b) akredytacje/identyfikatory,

c) plakaty,

d) inne materiały poligraficzne (jeżeli występują).

### 5. **Social media – publikacje w Internetowych Kanałach Oficjalnych**

Wykonawca zobowiązany jest do przeprowadzenia kampanii promocyjno-reklamowej z uwzględnieniem logotypu lub nazwy Miasta jako gospodarza meczu towarzyskiego w Olsztynie, w mediach społecznościowych Internetowych Kanałach Oficjalnych obejmujących co najmniej platformy: Facebook, Instagram lub kanały równoważne w przypadku zmian nazw/zakresu oraz stronę internetową.

Minimalna liczba publikacji:

a) Facebook - co najmniej 2 posty/wpisy promujący Olsztyn jako gospodarza meczu towarzyskiego reprezentacji Polski w siatkówce mężczyzn;

b) Instagram – co najmniej 2 posty/wpisy promujący Olsztyn jako gospodarza meczu towarzyskiego reprezentacji Polski w siatkówce mężczyzn;

c) strona internetowa – co najmniej 1 wpis.

Każda publikacja na platformach powinna zawierać co najmniej tekst promocyjny oraz (o ile to właściwe dla formatu) element graficzny/fotograficzny; hashtag/oznaczenia.

## **B) Mistrzostwa Europy kobiet i mężczyzn w siatkówce plażowej – Stare Jabłonki**

Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia świadczeń reklamowych podczas Mistrzostw Europy kobiet i mężczyzn w siatkówce plażowej – Stare Jabłonki, 12–16.08.2026, w zakresie co najmniej:

**6. Bandy elektroniczne (LED) - minimum 6 meczów**

Wykonawca zapewni emisję spotu promującego Olsztyn jako jednego z Miast Gospodarzy, na bandach LED podczas minimum 6 meczów Mistrzostw Europy w siatkówce plażowej w 2026 r., transmitowanych w sportowych kanałach telewizji, w wymiarze co najmniej 1% czasu reklamowego w dyspozycji Wykonawcy.

**7. Internet – kampania geotargetowana w ogólnopolskim portalu**

Wykonawca zobowiązany jest do realizacji kampanii bannerowej z geotargetowaniem na region, przeprowadzonej w 2026 r. obejmującej co najmniej:

- a) 1 banner reklamowy w kampanii,
- b) minimalna, łączna liczba odsłon: 500 000 w kampanii,
- c) kreacja uwzględni logo lub nazwę Miasta jako Miasta Gospodarza Mistrzostw Świata w siatkówce mężczyzn w Polsce w 2027 r.

Finalna wersja banneru oraz sposób użycia logotypu/nazwy Miasta zostaną przekazane Zamawiającemu do akceptacji przed rozpoczęciem emisji

**8. Social media – publikacje w Internetowych Kanałach Oficjalnych**

Wykonawca zobowiązany jest do przeprowadzenia kampanii promocyjno-reklamowej w 2026 r., w mediach społecznościowych Internetowych Kanałach Oficjalnych obejmujących co najmniej platformy: Facebook, Instagram oraz X (lub kanały równoważne w przypadku zmian nazw/zakresu).

Minimalna liczba publikacji:

- a) Facebook – co najmniej 4 posty promujących Olsztyn jako jednego z gospodarzy Mistrzostw świata w siatkówce mężczyzn;
- b) Instagram – co najmniej 4 posty dedykowanych Fazie Grupowej Wydarzenia rozgrywanej w Olsztynie.

W publikacjach Wykonawca zobowiązany jest zapewnić uwzględnienie logo Miasta na pasku sponsorskim, przy zachowaniu zgodności z wytycznymi identyfikacji wizualnej Zamawiającego oraz wytycznymi Wydarzenia. Każda publikacja powinna zawierać co najmniej tekst promocyjny oraz (o ile to właściwe dla formatu) element graficzny/fotograficzny; hashtag/oznaczenia – o ile są stosowane w oficjalnej komunikacji Wydarzenia.

**9. Promocja lokalna – ekrany LED w salonach sprzedaży odzieży sportowej**

Wykonawca zobowiązany jest do realizacji w 2026 r. kampanii promocyjno-reklamowej w 1 lokalizacji na ekranach LED w salonach sprzedaży odzieży sportowej:

- a) emisja 14-dniowa,
- b) komunikat zawiera informacje o Olsztynie jako Mieście-Gospodarzu Wydarzenia.

Wykonawca wskaże w harmonogramie lokalizację, liczbę ekranów i szczegółowy okres emisji.

#### **IV. Klauzula ogólna (wspólna dla wszystkich pakietów)**

1. Wykonawca zobowiązany jest do wytworzenia materiałów promocyjnych wymaganych w SOPZ na podstawie Materiałów źródłowych Zamawiającego oraz zgodnie z wytycznymi identyfikacji wizualnej Olsztyna i wytycznymi Wydarzenia (w tym np. graficznych wytycznych związanych z oficjalnym layoutem, oznaczeń materiałów promocyjnych, wymogów formalno-prawnych, specyfikacji technicznych itp.).
2. Wykonawca zobowiązany jest do przekazania Zamawiającemu projektu materiału do akceptacji przed emisją/publikacją/produkcją oraz do wprowadzenia uwag Zamawiającego.
3. Materiały promocyjne mogą zostać wyemitowane/opublikowane/wyprodukowane wyłącznie po uzyskaniu uprzedniej akceptacji Zamawiającego (np. e-mail).

#### **V. Procedura akceptacji**

1. Wykonawca przekazuje Zamawiającemu projekt materiału (wersja robocza) wraz z informacją o parametrach technicznych wymaganych do emisji/publikacji.
2. Zamawiający w terminie do 3 dni roboczych przekazuje akceptację albo uwagi.
3. Wykonawca wprowadza uwagi i przekazuje wersję do ponownej akceptacji w terminie do 2 dni roboczych.
4. Minimalny zakres korekt to 2 rundy korekt na każdy materiał.
5. Brak akceptacji Zamawiającego oznacza zakaz emisji/publikacji/produkcji danego materiału.

#### **VI. Wymogi techniczne i prawa**

1. Wykonawca zobowiązany jest pozyskać od operatorów/nośników (np. system LED, nadawca TV, portal internetowy) aktualne specyfikacje techniczne (w szczególności: formaty, długości, wagi plików, kodeki, rozdzielczości, wymagania dot. pól bezpiecznych) i zapewnić zgodność materiałów z tymi wymaganiami.
2. Wykonawca odpowiada za to, aby materiał przekazany do emisji/publikacji/produkcji był wolny od wad prawnych, w tym aby posiadał prawa do wykorzystania elementów, które nie pochodzą od Zamawiającego (np. muzyka, fonty itp.), oraz aby ich wykorzystanie nie naruszało praw osób trzecich.

3. Jeżeli do wykonania materiału konieczne jest użycie oznaczeń Wydarzenia (nazwy/znaki/key visual), Wykonawca zobowiązany jest wykazać, że dysponuje skutecznym tytułem prawnym do takiego użycia w zakresie niezbędnym do realizacji zamówienia (licencja/sublicencja/zgoda/autoryzacja lub dokument równoważny).
4. Wykonawca zobowiązany jest zapewnić, aby materiały były przygotowane w sposób umożliwiający ich emisję/publikację/produkcję zgodnie z wymogami, o których mowa w ust. 1–3, oraz aby były przekazane Zamawiającemu do akceptacji zgodnie z procedurą określoną w rozdziale VII (o ile dotyczy danego świadczenia)

## **VII. Wymagania formalno-prawne wobec Wykonawcy**

1. Wykonawca zobowiązany jest zapewnić realizację świadczeń objętych zamówieniem oraz wykazać, że dysponuje albo zapewni dysponowanie (najpóźniej na dzień rozpoczęcia realizacji danego świadczenia/pakietu) skutecznym tytułem prawnym do realizacji tych świadczeń, w szczególności do:
  - a) dysponowania czasem reklamowym na bandach LED,
  - b) zapewnienia ekspozycji na nośnikach w strefach oficjalnych Wydarzenia,
  - c) publikacji treści w Internetowych Kanałach Oficjalnych,
  - d) wykorzystania elementów identyfikacji Wydarzenia w zakresie niezbędnym i dopuszczonym regulaminami (o ile konieczne),
  - e) realizacji poligrafii/outdoor.
2. Przez „zapewnienie dysponowania tytułem prawnym” rozumie się dopuszczalne w obrocie prawnym formy uzyskania uprawnień, w szczególności: umowę, licencję/sublicencję, autoryzację, pełnomocnictwo, oświadczenie uprawnionego podmiotu lub dokument równoważny, uzyskane bez naruszenia praw osób trzecich.
3. Wykonawca, przed rozpoczęciem realizacji świadczeń w ramach danego pakietu (lub innego wyodrębnionego świadczenia, jeżeli rozpoczęcie następuje wcześniej), zobowiązany jest przekazać Zamawiającemu w formie dokumentowej dowody dysponowania skutecznym tytułem prawnym/umocowaniem do realizacji świadczeń tego pakietu w zakresie niezbędnym do ich wykonania.
4. Zamawiający dopuszcza anonimizację danych wrażliwych w dokumentach, o których mowa w ust. 3, o ile anonimizacja nie uniemożliwia weryfikacji co najmniej: zakresu uprawnień, okresu obowiązywania oraz kanałów/nośników/świadczeń objętych uprawnieniem.

5. Wykonawca zobowiązany jest zapewnić zgodność wszystkich materiałów i ekspozycji z wytycznymi Wydarzenia oraz z księgą identyfikacji wizualnej Miasta. Materiały wymagające akceptacji Zamawiającego, w szczególności spoty i kreacje (TV/LED/online) oraz projekty poligrafii/outdoor, Wykonawca przekazuje Zamawiającemu do akceptacji przed emisją/publikacją/produkcją.
6. Wykonawca ponosi odpowiedzialność za naruszenia praw osób trzecich (w szczególności praw autorskich, praw do znaków towarowych, praw do wizerunku) w zakresie wynikającym z realizacji zamówienia oraz zobowiązany jest zapewnić Zamawiającemu możliwość legalnego wykorzystania rezultatów świadczeń w zakresie niezbędnym do celów sprawozdawczych i promocyjnych Olsztyna, w tym w raportach i materiałach informacyjnych Zamawiającego.

## **VIII. Raportowanie i odbiór**

### **Zasady ogólne**

1. Wykonawca przekazuje Zamawiającemu raporty częściowe (dotyczy Pakietu 1 i Pakietu 2) lub zbiorczy raport końcowy.
2. Raporty muszą zawierać dowody wykonania pozwalające na jednoznaczną weryfikację spełnienia świadczeń minimalnych.
3. Dane raportowe przekazywane są w zakresie, w jakim Wykonawca może je pozyskać legalnie i standardowo u dostawców/nośników („o ile dane dostępne”).

#### Raportowanie – Pakiet 1

##### 1. Bandy elektroniczne (LED)

- potwierdzenie spełnienia udziału procentowego czasu reklamowego (np. logi/raport systemu emisyjnego lub oświadczenie) oraz dokumentacja video/foto potwierdzająca ekspozycję w oficjalnym sygnale transmisji.

2. Naklejka na boisku, banda stała – 1 panel, kosz centralny i ekrany LED wewnątrz hali, ścianki sponsorskie: konferencyjna / telewizyjna / mixed zone, nośniki reklamowe przed halą (nośniki dostarcza Zamawiający), stoisko w hali,

- dokumentacja foto/wideo potwierdzająca ekspozycję;

##### 3. Promocja lokalna / outdoor

- zatwierdzony plan promocji (wykaz nośników, lokalizacji, terminy, projekty kreacji) oraz potwierdzenie akceptacji Zamawiającego;
- dokumentacja foto z realizacji kampanii.

4. Materiały poligraficzne (pasek sponsorski) – wykaz kategorii + nakłady (o ile dostępne)

- wykaz kategorii materiałów + dokumentacja fotograficzna z widocznym logotypem.

#### 5. Telewizja – min. 30 emisji spotu 30 s

- zestawienie emisji + potwierdzenia emisji/raporty nadawcy.

#### 6. Internet – kampania geotargetowana w portalu – min. 500 000 odsłon

- raport potwierdzający liczbę odsłon oraz parametry kampanii (geotargetowanie);
- kreacja (banner) oraz potwierdzenie akceptacji Zamawiającego.

#### 7. Social media – Internetowe Kanały Oficjalne

- wykaz publikacji z zrzutami ekranu (data publikacji):
  - a) Facebook – min. 10 postów,
  - b) Instagram – min. 10 postów;

#### Raportowanie – Pakiet 2

##### 1. Bandy elektroniczne (LED) w hali

- potwierdzenie spełnienia udziału procentowego czasu reklamowego (np. logi/raport systemu emisyjnego lub oświadczenie) oraz dokumentacja video/foto potwierdzająca ekspozycję w oficjalnym sygnale transmisji.

##### 2. Ścianka reklamowa, nośniki elektroniczne w hali

- dokumentacja foto/video potwierdzająca ekspozycję.

##### 3. Materiały poligraficzne (pasek sponsorski)

- wykaz kategorii materiałów + dokumentacja fotograficzna z widocznym logotypem.

##### 4. Social media + strona internetowa (Internetowe Kanały Oficjalne)

- wykaz publikacji z linkami i zrzutami ekranu:
  - Facebook: min. 2 wpisy,
  - Instagram: min. 2 wpisy,
  - strona internetowa: min. 1 wpis.

##### 5. Bandy elektroniczne (LED) – Mistrzostwa Europy w siatkówce plażowej – Stare Jabłonki

- dokumentacja video/foto.

##### 6. Internet – kampania geotargetowana w portalu – min. 500 000 odsłon

- raport potwierdzający liczbę odsłon oraz parametry kampanii (geotargetowanie);

- kreacja (banner) oraz potwierdzenie akceptacji Zamawiającego.

#### 7. Social media – Internetowe Kanały Oficjalne

- wykaz publikacji z linkami i zrzutami ekranu (data publikacji):
  - Facebook: min. 4 posty,
  - Instagram: min. 4 posty.

#### 8. Promocja lokalna – ekrany LED w salonach sprzedaży odzieży sportowej (1 lokalizacja, 14 dni)

- potwierdzenie lokalizacji, liczby ekranów i okresu emisji;
- dokumentacja foto/wideo potwierdzająca realizację.

### **Odbiór**

Odbiór świadczeń następuje po:

1. potwierdzeniu spełnienia parametrów minimalnych oraz po przekazaniu kompletnej dokumentacji wskazanej powyżej.
2. Zamawiający dopuszcza odbiór częściowy (pakietami).