

**Załącznik nr 6 do SIWZ – znak sprawy: OR-IV.272.2.24.2015/  
Załącznik do umowy nr OR-IV.273.2. .... 2015 z dnia ..... 2015 r.  
w sprawie zamówienia publicznego**

***Przedmiotem zamówienia jest kompleksowa realizacja działań promocyjnych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014 – 2020 oraz efektów wdrażania Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim za pośrednictwem prasy, radia i telewizji.***

**I Przedmiot zamówienia**

- Przedmiotem zamówienia jest kompleksowe opracowanie i realizacja działań promocyjnych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014 – 2020 oraz efektów wdrażania Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim, na łamach prasy oraz na antenie radia i telewizji.
- Prace związane z wykonaniem niniejszego zamówienia będą się odbywać w ścisłej współpracy i według wskazówek Zamawiającego i wiążą się z wykonaniem całego zakresu prac, poczynając od zebrania informacji na dany temat, poprzez opracowanie tekstów, korektę językową, wykonanie zdjęć, opracowanie graficzne, nagranie materiałów radiowo – telewizyjnych, montaż i emisję oraz publikację we wskazanych mediach.
- Całe zadanie musi się opierać o zaproponowaną wcześniej spójną koncepcję kreatywną. Ponadto opatrzone będzie specjalnym hasłem przewodnim. Dodatkowym zadaniem Wykonawcy będzie również organizacja konkursu o tematyce unijnej za pośrednictwem wskazanych mediów, który odbędzie się według zamysłu przedstawionego przez Wykonawcę. Koncepcja łącznie z hasłem i propozycją konkursu będą dołączone do oferty i będą podlegały ocenie przez Zamawiającego.
- W ciągu 3 dni roboczych od podpisania Umowy na realizację zadania, Wykonawca przygotowuje i przedstawi Zamawiającemu harmonogram prac, uwzględniający wymagane terminy potrzebne Zamawiającemu na akceptację tekstów i scenariuszy materiałów radiowo – telewizyjnych oraz terminarz publikacji i emisji, uwzględniający zastosowane gatunki dziennikarskie, terminy ich publikacji. Według tych dokumentów realizowane będzie całe zadanie.
- Celem działań promocyjnych za pośrednictwem mediów jest rozpowszechnienie informacji o możliwościach korzystania ze środków unijnych, jak również ukazanie faktu, że dotychczasowe projekty zrealizowane na terenie województwa podkarpackiego poprawiły jakości życia mieszkańców. Inwestycje wykonane w ramach Funduszy Europejskich sprawiły, że Podkarpackie jest miejscem przyjaznym do mieszkania, do pracy i inwestowania.

- Działania promocyjne za pośrednictwem mediów odbywać się będą na przestrzeni trzech miesięcy: wrzesień, październik, listopad – 2015 r. Do obowiązków Wykonawcy będzie należało wskazanie daty początkowej i końcowej działań. Działania nie mogą trwać krócej niż w sumie 2,5 miesiąca.
- Wszystkie materiały, zarówno prasowe, radiowe, jak i telewizyjne cechować będzie spójność graficzna, jak również merytoryczna. Materiały sporządzone będą w sposób prosty i przyjazny w odbiorze dla czytelników, słuchaczy i widzów. Dodatkowo materiały telewizyjne tłumaczone będą na język migowy.
- W celu realizacji zamówienia dopuszcza się współpracę między poszczególnymi redakcjami.
- Wszystkie materiały opublikowane w prasie, jak również umieszczone na stronach internetowych poszczególnych mediów będą opatrzone odpowiednimi znakami graficznymi, według zasad i linii graficznej przyjętej i zawartej w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014 – 2020 w zakresie informacji i promocji” oraz zgodnie z dokumentem „Linia graficzna dla perspektywy 2014 – 2020”, które stanowią załączniki do SIWZ. Wszystkie opublikowane i wyemitowane materiały prasowe, radiowe i telewizyjne, będą opatrzone formułą, *sfinansowany(a) ze środków Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014 – 2020*.
- Wszystkie materiały graficzne opublikowane będą w pełnym kolorze, dodatkowo Wykonawca pozyska na własny rachunek zdjęcia do każdego artykułu (adekwatnie do danej tematyki).
- Wszystkie materiały stworzone na potrzeby realizacji zadania zostaną umieszczone na stronie internetowej użytkowanej przez Zamawiającego.

## **II Założenia działań promocyjnych**

Celem wszystkich działań jest dotarcie do jak największej liczby mieszkańców województwa podkarpackiego z informacją na temat sposobów i możliwości pozyskiwania środków RPO WP w latach 2014 – 2020 oraz pokazanie najlepszych praktyk z perspektywy finansowej 2007 – 2013, ze szczególnym uwzględnieniem informacji:

- ważnych z punktu widzenia beneficjentów (zarówno takich, którzy nigdy nie korzystali z RPO WP, a są potencjalnymi beneficjentami, jak również aktualnych beneficjentów (którzy korzystali z programu w latach 2007 – 2013 oraz którzy chcą aplikować w perspektywie 2014 – 2020).
- ważnych z punktu widzenia uczestników projektów.
- ważnych dla mieszkańców (działania o charakterze typowo informacyjnym, skierowane do mieszkańców regionu w celu pokazania efektów projektów zrealizowanych w perspektywie finansowej 2007 – 2013. Ze szczególnym uwzględnieniem projektów turystycznych oraz projektów wspierających podkarpacką gospodarkę.

### III Grupa docelowa

Mieszkańcy województwa podkarpackiego, w tym:

- Potencjalni beneficjenci RPO WP 2014 – 2020;
- Beneficjenci RPO WP 2007 – 2013
- Osoby zamieszkujące województwo podkarpackie, zainteresowane:
  - a) turystyką regionalną (promocja obiektów turystycznych posiadających szeroką ofertę dla zwiedzających, która powstała dzięki inwestycjom unijnym);
  - b) pracą (promocja gospodarcza, ukazywanie firm, instytucji, stowarzyszeń, które korzystając z unijnego wsparcia walczą z bezrobociem, wspierają inicjatywy, które walczą z bezrobociem, rozwijają środowisko, angażują ludzi);
  - c) uczestnicy zrealizowanych projektów.

### IV Poszczególne Elementy Zamówienia

Na opracowanie i realizację działań promocyjnych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014 – 2020 oraz efektów wdrażania Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim za pośrednictwem prasy, radia i telewizji, składają się:

#### 1. Koncepcja

Kreatywna koncepcja według której przygotowane będą materiały dziennikarskie (prasowe, radiowe i telewizyjne). Koncepcja powinna być spójna, czytelna i łatwa w odbiorze, interesująca i inspirująca. W celu wzmocnienia autentyczności przekazu Wykonawca może zaangażować do przeprowadzenia np. ludzi, mieszkańców województwa podkarpackiego. Wysoko punktowany będzie pomysł innowacyjny, unikalny w skali kraju, odważny.

#### 2. Linia graficzna

Wszystkie materiały opublikowane w prasie, jak również w Internecie muszą być spójne pod względem graficznym. Zgodne z linią graficzną zaproponowaną w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014 – 2020 w zakresie informacji i promocji” oraz zgodne z dokumentem „Linia graficzna dla perspektywy 2014 – 2020”, które stanowią załączniki do SIWZ i opatrzone informacją, że zostały *sfinansowane z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014 – 2020*.

#### 3. Hasło

Hasło/motto przewodnie potrzebne jest w celu wykreowania wśród odbiorców skojarzenia polegającego na powiązaniu wszystkich audycji i materiałów w prasie, radiu i telewizji z jednym źródłem (Instytucją Zarządzającą RPO WP) i jedną tematyką. Stworzone hasło/motto przewodnie musi być związane z Funduszami Europejskimi, powinno składać się z jednego krótkiego zdania. Materiały, które powinny być umieszczane w systemie cyklicznym oraz zazwyczaj w jednym miejscu w prasie, o jednej porze w radiu i telewizji, opatrzone tym hasłem, mają budzić wśród czytelników lub słuchaczy odczucie, że dane miejsce lub czas antenowy poświęcone są tylko i wyłącznie tematyce unijnej i pozwalają na

uzyskanie pełnej wiedzy m.in. na temat nowej perspektywy finansowej. Hasło powinno być ciekawe i intrygujące, a także łatwo zapadające w pamięć odbiorcy.

#### 4. Konkurs

Oprócz zaplanowanych tekstów i materiałów w prasie, radiu i telewizji, Wykonawca proponuje również formułę konkursu o tematyce unijnej, powiązany z treściami publikowanymi w mediach, który później zostanie przygotowany i przeprowadzony we wskazanych mediach przez Wykonawcę. Zamawiający zastrzega, że rozstrzygnięcie konkursu odbędzie się za pośrednictwem losowania w głównej siedzibie Zamawiającego - Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podkarpackiego w listopadzie. Wykonawca zapewni nagrodę główną w konkursie, którą będzie voucher na kwotę 200 zł na zakupy do sieci sklepów Empik.

#### 5. Opracowanie i produkcja

Oprócz koncepcji całościowej przeprowadzenia promocji RPO, wymyślenia hasła przewodniego oraz proponowania formuły konkursu, na Wykonawcy spoczywa produkcja wszystkich materiałów prasowych, radiowych i telewizyjnych. Dopuszcza się współpracę Wykonawcy z poszczególnymi redakcjami prasowymi, radiowymi i telewizyjnymi w sprawie produkcji materiałów.

#### 6. Harmonogram i terminarz emisji i publikacji

Publikacje i materiały zostaną opracowane i opublikowane/wyemitowane zgodnie z harmonogramem prac i terminarzem publikacji. Oba dokumenty zostaną opracowane i zatwierdzone po podpisaniu Umowy na realizację zadania.

#### 7. Archiwizacja

Wykonawca zobowiązuje się do przekazania po jednym egzemplarzu gazety, w której ukaże się materiał prasowy oraz zarchiwizowane np. na płytach CD materiały radiowe i telewizyjne.

### V Realizacja

Realizacja całego zadania podzielona została na trzy części, w której pierwsza dotyczy prasy, druga telewizji, trzecia radia.

#### I CZĘŚĆ PRASA

W celu realizacji zadania Zamawiający wskazuje tytuły czasopism wraz z ich obszarem występowania, w których zrealizowane będzie zadanie oraz minimalną ilość i objętość materiałów:

Lp.	TYTUŁ	ZASIĘG	Planowana liczba materiałów
1.	Super Nowości	rzeszowski, łańcucki, strzyżowski, cały region	- nie mniej niż 1 wywiad o objętości: cała strona (ok. 7 000 znaków) wraz ze zdjęciami - nie mniej niż 5 materiałów wraz ze zdjęciami o objętości nie mniej niż pół strony każdy (ok. 3 500 tys. znaków). W tym co najmniej 3 materiały na temat działań

			finansowanych z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (RPO WP 2007 – 2013) i co najmniej 2 na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego (POKL).
2.	Tygodnik Sztafeta	stalowowolski, nizański, leżajski	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nie mniej niż 1 wywiad o objętości: cała strona (ok. 7 000 znaków) wraz ze zdjęciami</li> <li>- nie mniej niż 5 materiałów wraz ze zdjęciami</li> </ul> o objętości nie mniej niż pół strony każdy (ok. 3 500 tys. znaków). W tym co najmniej 3 materiały na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (RPO WP 2007 – 2013) i co najmniej 2 na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego (POKL).
3.	Tygodnik Nadwiślański	tarnobrzeski, Nowa Dęba, Baranów Sandomierski	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nie mniej niż 1 wywiad o objętości: cała strona (ok. 7 000 znaków) wraz ze zdjęciami</li> <li>- nie mniej niż 5 materiałów wraz ze zdjęciami</li> </ul> o objętości nie mniej niż pół strony każdy (ok. 3 500 tys. znaków). W tym co najmniej 3 materiały na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (RPO WP 2007 – 2013) i co najmniej 2 na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego (POKL).
4.	Nowe Podkarpacie	bieszczadzki, krośnieński, brzozowski, jasielski	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nie mniej niż 1 wywiad o objętości: cała strona (ok. 7 000 znaków) wraz ze zdjęciami</li> <li>- nie mniej niż 5 materiałów wraz ze zdjęciami</li> </ul> o objętości nie mniej niż pół strony każdy (ok. 3 500 tys. znaków). W tym co najmniej 3 materiały na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (RPO WP 2007 – 2013) i co najmniej 2 na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego (POKL).
5.	Życie Podkarpackie	przemyski, jarosławski, przeworski, lubaczowski	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nie mniej niż 1 wywiad o objętości: cała strona (ok. 7 000 znaków) wraz ze zdjęciami</li> <li>- nie mniej niż 5 materiałów wraz ze zdjęciami</li> </ul> o objętości nie mniej niż pół strony każdy (ok.

			3 500 tys. znaków). W tym co najmniej 3 materiały na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (RPO WP 2007 – 2013) i co najmniej 2 na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego (POKL).
6.	Tygodnik Reporter	ropczycko – sędziszowski	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nie mniej niż 1 wywiad o objętości: cała strona (ok. 7 000 znaków) wraz ze zdjęciami</li> <li>- nie mniej niż 5 materiałów wraz ze zdjęciami</li> </ul> o objętości nie mniej niż pół strony każdy (ok. 3 500 tys. znaków). W tym co najmniej 3 materiały na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (RPO WP 2007 – 2013) i co najmniej 2 na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego (POKL).
7.	Tygodnik Korso Mielec/ Korso Kolbuszowa	mielecki, kolbuszowski	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nie mniej niż 1 wywiad o objętości: cała strona (ok. 7 000 znaków) wraz ze zdjęciami</li> <li>- nie mniej niż 5 materiałów wraz ze zdjęciami</li> </ul> o objętości nie mniej niż pół strony każdy (ok. 3 500 tys. znaków). W tym co najmniej 3 materiały na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (RPO WP 2007 – 2013) i co najmniej 2 na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego (POKL).
8.	Tygodnik Sanocki	sanocki	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nie mniej niż 1 wywiad o objętości: cała strona (ok. 7 000 znaków) wraz ze zdjęciami</li> <li>- nie mniej niż 5 materiałów wraz ze zdjęciami</li> </ul> o objętości nie mniej niż pół strony każdy (ok. 3 500 tys. znaków). W tym co najmniej 3 materiały na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (RPO WP 2007 – 2013) i co najmniej 2 na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego (POKL).
9.	Gazeta Sanocka	Sanok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nie mniej niż 1 wywiad o objętości: cała strona (ok. 7 000 znaków) wraz ze zdjęciami</li> <li>- nie mniej niż 5 materiałów wraz ze zdjęciami</li> </ul>

			o objętości nie mniej niż pół strony każdy (ok. 3 500 tys. znaków). W tym co najmniej 3 materiały na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (RPO WP 2007 – 2013) i co najmniej 2 na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego (POKL).
10.	Wiadomości Dębickie	Dębica	- nie mniej niż 1 wywiad o objętości: cała strona (ok. 7 000 znaków) wraz ze zdjęciami - nie mniej niż 5 materiałów wraz ze zdjęciami o objętości nie mniej niż pół strony każdy (ok. 3 500 tys. znaków). W tym co najmniej 3 materiały na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (RPO WP 2007 – 2013) i co najmniej 2 na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego (POKL).
<b>Razem:</b>			<b>min. 60 materiałów</b>

1. Wszystkie materiały cechować będzie spójność graficzna i wizualna. Umieszczone będą zawsze na jednej z pierwszych pięciu stron danego pisma w pełnym kolorze.
2. W przypadku niedotrzymania terminu publikacji danego materiału np. z powodu tzw. siły wyższej, materiał zostanie opublikowany w innym, możliwie najbliższym z możliwych terminów, uprzednio uzgodnionym z Zamawiającym.
3. Po publikacji w prasie, Wykonawca zobowiązuje się do niezwłocznego przesłania do siedziby Zamawiającego (al. Łukasza Cieplińskiego 4, 35-010 Rzeszów, pok. 139 I) jednego egzemplarza numeru, w którym materiał został opublikowany, w terminie do 7 dni roboczych od dnia publikacji.
4. Na Wykonawcy spoczywa obowiązek ścisłej współpracy z Zamawiającym w sprawie doboru tematów do artykułów. Współpraca będzie się odbywać za pośrednictwem korespondencji elektronicznej z p. Sylwią Tęcza ([s.tecza@podkarpackie.pl](mailto:s.tecza@podkarpackie.pl)). Według następującego harmonogramu:
  - do dnia 31 lipca Wykonawca otrzyma wytyczne, propozycje tematów na wrzesień
  - do dnia 31 sierpnia Wykonawca otrzyma wytyczne, propozycje tematów na październik
  - do dnia 30 września Wykonawca otrzyma wytyczne, propozycje tematów na listopad
5. Wszystkie opracowane materiały prasowe zostaną wcześniej przedstawione do akceptacji Zamawiającego.
6. Jeżeli nie będzie to związane z dodatkowymi kosztami, Wykonawca zamieści materiały w internetowych wydaniach poszczególnych mediów.
7. Materiały wraz ze zdjęciami zostaną opublikowane na stronie internetowej użytkowanej przez Zamawiającego.
8. Wszelkie prace związane z produkcją materiałów prasowych (tekstów i zdjęć) zostaną zrealizowane przez Wykonawcę.

9. Wykonawca zobowiązuje się do wykonania materiałów starannie, według wszelkich zasad dziennikarskich.
10. Zamawiający zobowiązuje się do udzielenia Wykonawcy wszelkiej pomocy niezbędnej przy realizacji promocji za pośrednictwem prasy, w tym do dostarczenia informacji potrzebnych do przygotowania tekstów.

## II CZĘŚĆ – RADIO

W celu realizacji zadania Zamawiający wskazuje nazwy rozgłośni radiowych wraz z ich obszarem występowania, w których zrealizowane będzie zadanie oraz minimalną ilość i objętość materiałów:

LP.	NAZWA	ZASIĘG	PLANOWANA LICZBA AUDYCJI
1	Radio Rzeszów	Cały Region	- nie mniej niż 6 audycji maksymalnie 3 minutowych, emitowanych w systemie cyklicznym, w tym co najmniej 3 na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (RPO WP 2007 – 2013) i co najmniej 2 na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego (POKL).
2	Radio Leliwa	Obszar centralny	- nie mniej niż 6 audycji maksymalnie 3 minutowych, emitowanych w systemie cyklicznym, w tym co najmniej 3 na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (RPO WP 2007 – 2013) i co najmniej 2 na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego (POKL).
3	Radio Via	Cały Region	- nie mniej niż 6 audycji maksymalnie 3 minutowych, emitowanych w systemie cyklicznym, w tym co najmniej 3 na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (RPO WP 2007 – 2013) i co najmniej 2 na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego (POKL).
4	Radio RDN Małopolska	Obszar zachodni	- nie mniej niż 6 audycji maksymalnie 3 minutowych, emitowanych w systemie cyklicznym, w tym co najmniej 3 na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (RPO WP 2007 – 2013) i co najmniej 2 na temat działań finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego (POKL).
<b>Razem:</b>			<b>24 audycje / 72 minuty</b>

1. Emisje materiałów radiowych powinny się odbyć w dniach - od poniedziałku do piątku, w godzinach 7:30 – 20:00 (godziny do wyboru przez Wykonawcę).
2. W przypadku niedotrzymania terminu emisji danego materiału np. z powodu tzw. siły wyższej, audycja zostanie wyemitowana w innym, możliwie najbliższym z możliwych terminów, uprzednio uzgodnionym z Zamawiającym.
3. Po wyemitowaniu danego materiału, Wykonawca zobowiązuje się do przesłania go do siedziby Zamawiającego (al. Łukasza Cieplińskiego 4, 35 - 010 Rzeszów, pok. 139 I) np. na płycie CD w terminie do 7 dni roboczych od dnia jego emisji.
4. Na Wykonawcy spoczywa obowiązek ścisłej współpracy z Zamawiającym w sprawie doboru tematów do audycji. Współpraca będzie się odbywać za pośrednictwem korespondencji elektronicznej z p. Sylwią Tęcza ([s.tecza@podkarpackie.pl](mailto:s.tecza@podkarpackie.pl)) według następującego harmonogramu:
  - do dnia 31 lipca Wykonawca otrzyma wytyczne, propozycje tematów na wrzesień
  - do dnia 31 sierpnia Wykonawca otrzyma wytyczne, propozycje tematów na październik
  - do dnia 30 września Wykonawca otrzyma wytyczne, propozycje tematów na listopad
5. Zamawiający zastrzega sobie prawo do otrzymania scenariusza danego materiału radiowego przed nagraniem, w celu akceptacji. W scenariuszu Wykonawca określi szczegóły tematu, bohaterów, rozmówców itp. Zamawiający zastrzega sobie prawo do weryfikacji tematyki, żądania zmiany lub opracowania nowego scenariusza. Wykonawca ma obowiązek uwzględnić wszystkie uwagi Zamawiającego.
6. Jeżeli nie będzie to związane z dodatkowymi kosztami, Wykonawca zamieści materiały radiowe na stronach internetowych rozgłośni radiowych.
7. Materiały zostaną udostępnione na stronie internetowej użytkowanej przez Zamawiającego.
8. Wszelkie prace związane z opracowaniem i produkcją audycji zostaną zrealizowane przez Wykonawcę.
9. Wykonawca zobowiązuje się do wykonania audycji starannie, według wszelkich zasad dziennikarskich i na wysokim poziomie technicznym.
10. Zamawiający zobowiązuje się do udzielenia Wykonawcy wszelkiej pomocy niezbędnej przy realizacji promocji za pośrednictwem radia, w tym do dostarczenia materiałów potrzebnych do nagrania audycji.

### III CZĘŚĆ TELEWIZJA

W celu realizacji zadania Zamawiający wskazuje nazwy stacji telewizyjnych wraz z ich obszarem występowania, w których zrealizowane będzie zadanie oraz minimalną ilość i objętość materiałów:

Lp.	Nazwa	Zasięg	Planowana liczba materiałów TV
1	Telewizja Rzeszów	Cały Region	- nie mniej niż 3 felietony telewizyjne o długości maksymalnie po 6 minut każdy
2	TV Obiektyw	Jaśło, krosno, Sanok	- nie mniej niż 3 felietony telewizyjne o długości maksymalnie po 6 minut każdy

3	Polska Telewizja Regionalna Dębica	Mielec, Dębica	- nie mniej niż 3 felietony telewizyjne o długości maksymalnie po 6 minut każdy
<b>Razem:</b>			<b>9 felietonów / 54 minuty</b>

1. Emisje materiałów telewizyjnych powinny się odbyć w dniach – od poniedziałku do piątku, w godzinach 7:30 – 20:00 ( godziny do wyboru przez Wykonawcę).
2. W przypadku niedotrzymania terminu emisji danego materiału np. z powodu tzw. siły wyższej, materiał zostanie wyemitowany w innym, możliwie najbliższym z możliwych terminów, uprzednio uzgodnionym z Zamawiającym.
3. Po wyemitowaniu danego materiału, Wykonawca zobowiązuje się do przesłania go do siedziby Zamawiającego (al. Łukasza Cieplińskiego 4, 35 - 010 Rzeszów, pok. 139 I) np. na płycie CD w terminie do 7 dni roboczych od jego emisji.
4. Na Wykonawcy spoczywa obowiązek ścisłej współpracy z Zamawiającym w sprawie doboru tematów do materiałów telewizyjnych. Współpraca będzie się odbywać za pośrednictwem korespondencji elektronicznej z p. Sylwią Tęcza ([s.tecza@podkarpackie.pl](mailto:s.tecza@podkarpackie.pl)) według następującego harmonogramu:
  - do dnia 31 lipca Wykonawca otrzyma wytyczne, propozycje tematów na wrzesień
  - do dnia 31 sierpnia Wykonawca otrzyma wytyczne, propozycje tematów na październik
  - do dnia 30 września Wykonawca otrzyma wytyczne, propozycje tematów na listopad
5. Zamawiający zastrzega sobie prawo do otrzymania scenariusza danego materiału telewizyjnego przed nagraniem, w celu akceptacji. W scenariuszu Wykonawca określi szczegóły tematu, bohaterów, rozmówców itp. Zamawiający zastrzega sobie prawo do weryfikacji tematyki, żądania zmiany lub opracowania nowego scenariusza. Wykonawca ma obowiązek uwzględnić wszystkie uwagi Zamawiającego.
6. Jeżeli nie będzie to związane z dodatkowymi kosztami, Wykonawca zamieści materiały telewizyjne na stronach internetowych stacji telewizyjnych.
7. Materiały telewizyjne zostaną udostępnione na stronie internetowej użytkowanej przez Zamawiającego.
8. Wszelkie prace związane z opracowaniem i produkcją materiałów telewizyjnych zostaną zrealizowane przez Wykonawcę.
9. Wykonawca zobowiązuje się do wykonania materiałów telewizyjnych starannie, według wszelkich zasad dziennikarskich i na wysokim poziomie technicznym.
10. Zamawiający zobowiązuje się do udzielenia Wykonawcy wszelkiej pomocy niezbędnej przy realizacji promocji za pośrednictwem telewizji, w tym do dostarczenia informacji, niezbędnych do nagrania materiałów telewizyjnych.

## V. Zadania Wykonawcy

Do oferty Wykonawca dołączy:

1. Założenia koncepcji kreatywnej według której Wykonawca zamierza przygotować wszystkie materiały wraz z uzasadnieniem (opis maks na 10 stron formatu A4). Opis koncepcji powinien zawierać proponowane hasło i propozycję konkursu
2. Propozycję layout'u materiałów.