

## FUNDUSZE EUROPEJSKIE – DLA ROZWOJU WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

**OFFLINE: ZAŁĄCZNIK NR 1.3 do SIWZ**  
**KAMPANIA:** Promocja Woj. Podlaskiego  
**TIMING:** I kwartał 2015

Kanal	Format reklamy	Uwagi
TV	SPOT	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grupa Docelowa – ALL 25-59; miasta powyżej 100 000 mieszkańców</li> <li>Wymagany zasięg całkowity musi być na poziomie co najmniej 4 500 000 widzów</li> <li>Minimalny GRP 600 dla całej kampanii spotowej (w tym minimum 30% w stacjach tzw. „wielkiej czwórki”)</li> <li>Emisja minimum 40% spotów w Prime Time (18:00-23:00) w stacjach głównych, tzw. „wielka czwórka”</li> <li>Emisja minimum 35% spotów w Prime Time (18:00-24:00) w stacjach tematycznych</li> <li>Spot 30” – 33% udziału w kampanii spotowej</li> <li>Spot 15” – 67% udziału w kampanii spotowej</li> </ul>
	LOKOWANIE PRODUKTU	<ul style="list-style-type: none"> <li>Minimum 3 minutowy reportaż/audycja, emisja w sobotę między godziną 8:00-11:00</li> <li>Stacja TV ogólnopolska nadająca poranny program śniadaniowy o najwyższej oglądalności w sobotę o między godziną 8:00 a 11:00</li> <li>Grupa Docelowa – ALL 25-59; miasta powyżej 100 000 mieszkańców</li> <li>Wymagany poziom oglądalności danej audycji musi być na poziomie co najmniej 3 000 000 (zgodnie z systemem obliczania oglądalności telewizji w Polsce typu: Nielsen Audience Measurement) dla POPULACJI (dla TG to 300 000)</li> <li>Minimalny GRP 7,00</li> </ul>
	PROGRAMY	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stacje tematyczne o charakterze naukowo-przyrodniczym, jak np. DISCOVERY</li> <li>Minimum 200 emisji, czas programu minimum 2 minuty, emisja minimum w 2 stacjach</li> <li>Grupa Docelowa - ALL 25-59; miasta powyżej 100.000 mieszkańców</li> <li>Wymagany poziom oglądalności danej audycji musi być na poziomie co najmniej 600 000 widzów (zgodnie z systemem obliczania oglądalności telewizji w Polsce typu: Nielsen Audience Measurement)</li> <li>Minimalny GRP 55,0</li> </ul>

RADIO	OGÓLNOPOLSKA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wersje spotów: 8" – sponsoring, 20" – spot zapraszający na audycję, 180" – audycja</li> <li>• Ilości emisji spotów: 8" minimum 66 emisji, 20" minimum 12 emisji, audycja 180" minimum 3 emisje</li> <li>• Emisje w godzinach 6:00–22:00, minimum 65% w dni robocze, maksymalnie 35% w sobotę i niedzielę (w tym minimum 40% w godzinach 9:00–14:00)</li> <li>• Stacja ogólnopolska – minimalna dzienna liczba słuchaczy 7 500 000 słuchaczy</li> <li>• Grupa Docelowa – ALL +15</li> </ul>
	REGIONALNA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wymagany zasięg całkowity kampanii radiowej musi być na poziomie co najmniej 14 600 000 odbiorców (ogólnopolski) oraz co najmniej 400 000 odbiorców (regionalny)</li> <li>• Minimalny GRP ogólnopolski 300,0</li> <li>• Minimalny GRP regionalny (woj. Podlaskie) 285,0</li> </ul>

KINO	OGÓLNOPOLSKA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dobór gatunków filmowych – kino familijne, przygodowe, blockbuster'y (bez oznaczenia ograniczenia wiekowego)</li> <li>• Wymagane miasta: Warszawa, Katowice, Wrocław, Poznań, Gdańsk, Szczecin, Łódź</li> <li>• Grupa docelowa – mieszkańcy miast o liczebności powyżej 100 000 mieszkańców, w szczególności województwa: mazowieckiego, łódzkiego, zachodniopomorskiego, pomorskiego, zachodniopomorskiego, łódzkiego, polskiego</li> <li>• Wymagana minimalna liczba odbiorców kampanii w kinach musi być na poziomie 500 000 odbiorców</li> </ul>
------	--------------	---

PRASA	OGÓLNOPOLSKA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupa Docelowa ogólnopolska – ALL Z5-59; miasta powyżej 100 000 mieszkańców</li> <li>• Emisja w prasie ogólnopolskiej – tygodniki opiniotwórcze monitorowane przez Polskie Badanie Czytelnictwa, miesięczniki przyrodniczo-podróżnicze monitorowanych przez Polskie Badanie Czytelnictwa, tytuły lifestyleowe</li> <li>• Minimum 9 emisji łącznie w prasie ogólnopolskiej, w tym 2 artykuły odrędkacyjne (1/4 strony), 2 artykuły sponsorowane (1/2 strony), 5 reklam fullpage</li> <li>• Wymagany zasięg całkowity kampanii prasowej musi być na poziomie co najmniej 1 400 000 odbiorców (ogólnopolski)</li> <li>• Minimalny GRP ogólnopolski 35,58</li> </ul>
	REGIONALNA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• W przypadku kreacji dla regionu wymagany jest dedykowany komunikat oraz dodanie Call To Action (informujące o konkretnym wydarzeniu w regionie) w dopasowanym do projektu Eyeatcherze</li> <li>• Grupa Docelowa regionalna – ALL Z5-59 woj. Podlaskie</li> <li>• Emisja w prasie regionalnej – minimum 5wz średni nakład 5 000 egzemplarzy</li> <li>• Minimum 7 emisji łącznie w prasie regionalnej, w tym 2 artykuły odrędkacyjne (1/2 strony), 5 reklam fullpage</li> <li>• Wymagany zasięg całkowity kampanii prasowej musi być na poziomie co najmniej 150 000 odbiorców (regionalny)</li> <li>• Minimalny GRP regionalny (woj. podlaskie) 55,15</li> </ul>

OUTDOOR	Infoscreen w warszawskim metrze	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promocja w warszawskim metrze na ekranach typu Infoscreen: spot 15", 28 dni emisji, przy natężeniu 2 (ilość emisji / godzinie)</li> </ul>
	Nośniki minimum 11m2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wymagane miasta: Warszawa, Poznań, GOP (Katowice, Chorzów, Sosnowiec), Trójmiasto, Lublin, Białystok, Kraków, Łódź</li> <li>• Nośniki min 11m2 – 280 sztuk. Lokowane na skrzyżowaniach o dużym natężeniu ruchu/drogę wjazdową i wjazdowe z miast, okolice dworców kolejowych w promieniu 500m. Warszawa oraz GOP po 30%, na pozostałe miasta równomiernie rozłożone 70%</li> </ul>
	Citylight (1,2x1,8m)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wymagane miasta: Warszawa, Poznań, GOP (Katowice, Chorzów, Sosnowiec), Trójmiasto, Lublin, Białystok, Kraków, Łódź</li> <li>• Nośniki Citylight – 80 sztuk. Lokowane na ulicach, przystankach, deptakach oraz w przejściach podziemnych o dużym natężeniu ruchu np. przejścia do przystanków komunikacji miejskiej</li> </ul>

[illegible][illegible][illegible][illegible][illegible]