**Załącznik nr 9**

.........................................

 (miejscowość/data)

…………………………………………………

 *(*pieczęć wykonawcy*)*

**Mediaplan (harmonogram rzeczowo-finansowy, zestaw cen jednostkowych)**

**w postępowaniu o udzielenie zamówienia o nr Z-1/XII/2015/EC**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **L.p.** | **Usługa** | **Rodzaj medium** | **Opis** | **Potwierdzenie medium (tytuł medium; data wydania/emisji, koszt netto/brutto)** |
| **1.** | **Artykuł sponsorowany (reklama)** | **Prasa codzienna (dziennik)** | **Format reklamy:** ½ strony (strony redakcyjne) **Ilość:** 2 (po 1 dla danego wydania)**Zasięg:** województwo śląskie.**Opis medium:** dziennik o wysokim udziale w regionalnym rynku sprzedaży (z wyłączeniem tabloidów), poruszający tematykę: gospodarczą, społeczno-polityczną, kulturalną, naukową (w tym nowe technologie). **Grupa docelowa:** duża grupa czytelników aktywnych zawodowo, z wykształceniem średnim lub wyższym, zajmujących stanowiska menadżerskie wyższego lub średniego szczebla, specjaliści, wolne zawody.**Średni nakład jednorazowy:** nie mniej niż 45 tys. (według ostatnich dostępnych danych z 2015 r. np. ZKDP).**Wydania:** 1. poniedziałek: liczba emisji: 1, o nakładzie nie mniejszym niż 40 tys. egzemplarzy w tym dniu (według ostatnich dostępnych danych z 2015 r.).
2. piątek: liczba emisji: 1, o nakładzie nie mniejszym niż 100 tys. egzemplarzy w tym dniu (według ostatnich dostępnych danych z 2015 r.).
 | Przykładowe media: Dziennik Zachodni, Dziennik Gazeta Prawna lub inne zaproponowane przez Wykonawcę. **Tytuł: ……………………………………………..****Data wydania:…………………………………****Koszt netto:…………………………………..****Koszt brutto:…………………………………** |
| **2.**  | **E-wydanie artykułu sponsorowanego (reklamy)** | **Internet/ wersja mobilna dziennika** | **Artykuł sponsorowany** z wydania papierowego dziennika przeniesiony na e-wydanie dostępne na platformie internetowej przez okres 7 dni z wolnym dostępem do artykułu.  | Przykładowe media: [www.dziennikzachodni.pl/](http://www.dziennikzachodni.pl/); [www.gazetaprawna.pl/](http://www.gazetaprawna.pl/) lub inne zaproponowane przez Wykonawcę.**Tytuł: ……………………………………………..****Data wydania:…………………………………****Koszt netto:…………………………………..****Koszt brutto:…………………………………** |
| **3.** | **Baner internetowy (double billboard)** | **Internet/ wersja mobilna dziennika** | **Double billboard**Format: 750 px x 200 px. Projekt grafiki: po stronie Wykonawcy.Baner promujący Projekt. Czas wyświetlania: 7 dni. | Przykładowe media: [www.dziennikzachodni.pl/](http://www.dziennikzachodni.pl/); [www.gazetaprawna.pl/](http://www.gazetaprawna.pl/) lub inne zaproponowane przez Wykonawcę.**Tytuł: ……………………………………………..****Data wydania:…………………………………****Koszt netto:…………………………………..****Koszt brutto:…………………………………** |
| **4.**  | **Artykuł sponsorowany (reklama)** | **Prasa codzienna (dziennik)** | **Format reklamy:** 1/3 strony (strony redakcyjne) **Zasięg:** województwo śląskie**Opis medium:** dziennik o wysokim udziale w rynku sprzedaży (z wyłączeniem tabloidów), poruszający tematykę: gospodarczą, społeczno-polityczną, kulturalną, naukową (w tym nowe technologie). **Grupa docelowa:** duża grupa czytelników aktywnych zawodowo, z wykształceniem średnim lub wyższym, zajmujących stanowiska menadżerskie wyższego lub średniego szczebla, specjaliści, wolne zawody.**Średni nakład jednorazowy** w wydaniu targetowanym na województwo śląskie nie mniej niż 20 tys. (według ostatnich dostępnych danych z 2015 r. np. ZKDP).**Wydanie:** piątek (nie mniej niż 35 tys. (według ostatnich dostępnych danych z 2015 r. np. ZKDP).Przygotowanie artykułu we współpracy z *copywriterem.* | Przykładowe media: Gazeta Wyborcza lub inne zaproponowane przez Wykonawcę. **Tytuł: ……………………………………………..****Data wydania:…………………………………****Koszt netto:…………………………………..****Koszt brutto:…………………………………** |
| **5.**  | **E-wydanie artykułu sponsorowanego (reklamy)** | **Internet/wersja mobilna dziennika** | Artykuł sponsorowany z wydania papierowego dziennika przeniesiony na e-wydanie dostępne na platformie internetowej przez okres 7 dni z wolnym dostępem do artykułu, geotargetowany na teren województwa śląskiego.  | Przykładowe media: www.gazeta.pl/..., www.wyborcza.pl/... lub inne zaproponowane przez Wykonawcę.**Tytuł: ……………………………………………..****Data emisji:…………………………………****Koszt netto:…………………………………..****Koszt brutto:…………………………………** |
| **6.** | **Baner internetowy (double billboard)** | **Internet/ wersja mobilna dziennika** | **Double billboard**Format: 750 px x 200 px. Kampania ROS, geotargetowanie na województwo śląskie. **Liczba odsłon:** 100Projekt grafiki: po stronie Wykonawcy.Baner promujący Projekt. | Przykładowe medium: [www.gazeta.pl](http://www.gazeta.pl) lub inne zaproponowane przez Wykonawcę.**Tytuł: ……………………………………………..****Data emisji:……………………………………****Koszt netto:…………………………………..****Koszt brutto:…………………………………** |
| **7.** | **Artykuł sponsorowany (reklama)** | **Internet/ ogólnopolski serwis informacyjny** | Artykuł sponsorowany wyświetlany na podstronach/wiadomościach lokalnych targowanych na województwo śląskie w ogólnopolskim serwisie informacyjnym. **Zasięg:** województwo śląskie. **Czas emisji:** 7 dni. **Opis:** Publikacja w formie artykułu sponsorowanego wraz z korektą edytorską i opracowaniem graficznym, stworzona na podstawie materiałów dostarczonych przez Zamawiającego (teksty + zdjęcia oraz inne materiały graficzne). Możliwość umieszczenia grafiki o wymiarach 528x221px do 40 kB; opcjonalnie wideo do 30 sec. w formacie mp4 (do 100 MB; 16:9) oraz galeria: Lead + 6 grafik. **Średni zasięg:** obecność stała przez tydzień = 1,5 mln PV/ 400 000 UU (wartość zbliżona). | Przykładowe media: onet.pl (wiadomosci.onet.pl/slask); interia.pl (fakty.interia.pl/slaskie); WP.pl (http://wiadomosci.wp.pl/kat...) lub inne zaproponowane przez Wykonawcę.**Tytuł: ……………………………………………..****Data emisji:…………………………………………****Koszt netto:…………………………………..****Koszt brutto:…………………………………** |
| **8.** | **Baner internetowy (box sponsorski)** | **Internet/ ogólnopolski serwis informacyjny**  | **Format boxu:** 300 x 60 pxWyświetlanie na podstronach/wiadomościach lokalnych targowanych na województwo śląskie w ogólnopolskim serwisie informacyjnym.**Czas wyświetlania:** 7 dni                                  **Średni zasięg:** obecność stała przez tydzień = 1,5 mln PV/400 000 UU (wartość zbliżona)**Opis:** Regionalny box reklamowy umieszczony powinien być w widocznym miejscu, najlepiej po prawej stronie, w jednej z kolumn serwisu/lub w sekcjach poszczególnych miast/regionów, opcjonalnie także w zakładce regionalnejserwisu wiadomości. Na stronach, na których emitowany jest box nie powinny być wyświetlane inne reklamy standardowo emitowane na prawej kolumnie nawigacyjnej (np. navibox, halfpage czy skyscraper). | Propozycja medium: onet.pl (wiadomosci.onet.pl/slask); interia.pl (fakty.interia.pl/slaskie); WP.pl (<http://wiadomosci.wp.pl/kat>...)lub inne zaproponowane przez Wykonawcę.**Tytuł: ……………………………………………..****Data emisji:…………………………………………****Koszt netto:…………………………………..****Koszt brutto:…………………………………** |
| **9.** | **Spot radiowy** | **Radio (regionalne)** | Przygotowanie i emisja spotów radiowych w radiu regionalnym. **Długość spotu:** 30 sek. **Emisja:** 100 spotów, minimum 50% w czasie prime time. Produkcja spotu po stronie Wykonawcy lub we współpracy z rozgłośnią. **Opis:** Rozgłośnia o zasięgu regionalnym nadająca w regionie województwa śląskiego, podejmująca zagadnienia ekonomiczne, społeczne, ochrony środowiska lub ekologii. Wyniki słuchalności: nie mniej niż 3% udziału w rynku (wg ostatnich danych dostępnych w 2015 r.)  | Przykładowe media: Polskie Radio Katowice lub inne zaproponowane przez Wykonawcę.**Tytuł/Radio: ……………………………………………..****Data emisji:…………………………………………****Koszt netto:…………………………………..****Koszt brutto:…………………………………** |
| **10.** | **Spot radiowy emitowany w trzech rozgłośniach katolickich** | **Radio katolickie (Forum Niezależnych Rozgłośni Katolickich))** | Przygotowanie i emisja spotów radiowych w 3 rozgłośniach katolickich (FNRK). **Długość spotu:** 30 sekund. **Emisja:** 50 spotów na każdej z anten, min. 50% w czasie prime time. Produkcja spotu po stronie Wykonawcy lub we współpracy z rozgłośnią. **Opis:** Preferowane radia należące do Forum Niezależnych Rozgłośni Katolickich oraz z regionów, z których wywodzą się partnerzy Projektu – woj. śląskie, małopolskie, lubuskie lub te o wysokich wynikach słuchalności wśród stacji FNRK. | Przykładowe media należące do Forum Niezależnych Rozgłośni Katolickich: Radio Nadzieja, Radio RDN, Radio eM lub inne zaproponowane przez Wykonawcę.**Tytuł/Radio:****1)……………………………………………..****2)……………………………………………..****3)……………………………………………..****Data emisji:****1)……………………………………………..****2)………………………………………………****3)……………………………………………..****Koszty netto i brutto:****1)……………………………………………..****1)……………………………………………..****2)……………………………………………..****2)……………………………………………..****3)……………………………………………..****3)……………………………………………..** |
| **11.** | **Program telewizyjny** | **Telewizja regionalna** | Współprodukcja programu o tematyce gospodarczej, emitowanym co tydzień w stacji telewizyjnej o zasięgu regionalnym, w godzinach wieczornych + spoty zapowiadające program.**Opis programu:** program poświęcony tematyce gospodarczej i ekonomicznej dotyczący najświeższych i najbardziej istotnych wydarzeń wpływających na gospodarkę województwa śląskiego, ale i całego kraju. Preferowany program nadawany na żywo ze studia, gdzie zapraszani są eksperci doradczy z instytucji i przedsiębiorstw koncentrujących się na tematyce energetyki odnawialnej, wybitni ekonomiści itp. **Tematyka odcinka:** Odcinek o tematyce odnawialnych źródeł energii/ budownictwa energooszczędnego i pasywnego/ energetyki prosumenckiej itp.**Emisja:** min. co tydzień, na antenie telewizji regionalnej dostępnej na bezpłatnej platformie naziemnej telewizji cyfrowej, na obszarze regionalnym dedykowanym mieszkańcom województwa śląskiego i okolic.  | Przykładowe media: TVP Katowice – „Trudny Rynek” lub inne zaproponowane przez Wykonawcę.**Tytuł Programu:……………………………………………..****Telewizja: ……………………………………………..****Data emisji:…………………………………………****Koszt netto:…………………………………..****Koszt brutto:…………………………………** |