

Or-I.0003.371.2011

Łódź, dnia 27 czerwca 2011 r.

Pan
Rafał Markwant
Radny Rady Miejskiej w Łodzi

W odpowiedzi na interpelację Pana Radnego, złożoną w dniu 13 czerwca 2011 r., przesyłam kserokopię umowy oraz załącznika do umowy nr Sp-I.272.9.2011, zawartej pomiędzy Miastem Łódź a Polskim Związkiem Piłki Siatkowej, w dniu 26.05.2011 r.



Hanna Zdanowska

Do wiadomości:

- Pan Tomasz Kacprzak
Przewodniczący Rady Miejskiej w Łodzi,
- Wydział Organizacyjny,
- a/a

Umowa nr Sp-I.272.9.2011

zawarta w dniu **26.05.2011 r.** w Łodzi pomiędzy

Miastem Łódź, 90-926 Łódź, ul. Piotrkowska 104, reprezentowanym przez Prezydenta Miasta Łodzi:

Hannę Zdanowską

zwanym dalej **Miastem**,

a:

Polskim Związkiem Piłki Siatkowej, z siedzibą przy ul. Grażyny 13, 02-548 Warszawa, wpisanym do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000062347, numer NIP: 527-22-01-494, numer Regon: 000866372, reprezentowanym przez:

1. Mirosława Przedpelskiego – Prezesa Zarządu

2. Artura Popko – Wiceprezesa Zarządu

zwanym dalej **Wykonawcą**,

(dalej zwanymi łącznie „**Stronami**”)

Umowa została zawarta w trybie zamówienia „z wolnej ręki” na podstawie art. 67, ust. 1, pkt 1 a) i b) ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r.: „Prawo zamówień publicznych” (Dz. U. z 2010 nr 113 poz. 759 z późniejszymi zmianami).

Kod CPV - 79.34.22.00-5 Usługi w zakresie Promocji, kategoria usług 13.

SŁOWNIK POJĘĆ

Użyte w niniejszej Umowie i Załączniku Nr 1 do umowy skróty i pojęcia należy rozumieć:

1. **FIVB** – Międzynarodowa Federacja Piłki Siatkowej z siedzibą w Lozannie.
2. **PZPS** – Polski Związek Piłki Siatkowej z siedzibą w Warszawie.
3. **MŚ** – Mistrzostwa Świata w Piłce Siatkowej Mężczyzn w 2014 roku.
4. **Runda** – w świetle Oficjalnego Regulaminu Organizacji Mistrzostw Świata rozumiana jako Runda Eliminacyjna i Runda Finałowa.
5. **Działania Promocyjne** - wszelkie działania promocyjne podejmowane w okresie od dnia podpisania umowy do dnia 30 listopada 2014 roku

i świadczone na rzecz Miasta w związku z organizacją **MŚ** w ramach usługi promocji Miasta opisanej szczegółowo w Załączniku nr 1, który stanowi integralną część niniejszej Umowy.

6. **Hala** – Hala sportowo-widowiskowa „Atlas” Arena, położona w Łodzi przy Al. Bandurskiego 7.
7. **Logotypy MŚ** – znaki graficzne lub słowno-graficzne identyfikujące MŚ, przekazane Miastu przez Wykonawcę.
8. **Logotypy Miasta** – Herb Miasta, nazwa „Łódź”, identyfikacja wizualna i hasła promocyjne oficjalnie obowiązujące w Mieście
9. **Logotypy PZPS** – znak towarowy, na który Urząd Patentowy RP udzielił prawa ochronnego o numerze 191234 i znak towarowy, na który Urząd Patentowy RP udzielił prawa ochronnego o numerze 191235.
10. **Hotele** – hotele wykorzystywane do zakwaterowania: drużyn, sędziów, VIP-ów, Przedstawicieli FIVB w Łodzi.
11. **Regulacje Międzynarodowe** – zbiór następujących przepisów:
 - a) Oficjalny Regulamin Organizacji Mistrzostw,
 - b) Oficjalne Zasady PZPS.
12. **Sila Wyższa** – okoliczności, zdarzenia zewnętrzne niemożliwe do przewidzenia i zapobieżenia przy dołożeniu należytej staranności.

§ 1

PRZEDMIOT UMOWY

Przedmiotem niniejszej umowy jest promocja **Miasta** poprzez przeprowadzenie przez Wykonawcę Działań Promocyjnych, których zakres jest opisany w Załączniku nr 1 do niniejszej umowy uzgodnionym podczas negocjacji w dniach 25.05. i 26.05.2011 roku.

§ 2

OŚWIADCZENIA STRON

1. **Miasto** oświadcza, że w dniu 22 września 2010 roku została podjęta uchwała Nr XCV/1739/10 Rady Miejskiej w Łodzi w sprawie wyrażenia zgody na zaciągnięcie zobowiązania na sfinansowanie wydatków związanych z promocją miasta Łodzi podczas MŚ mężczyzn w piłce siatkowej w latach 2011 – 2014.

2. Wykonawca oświadcza, że jest jedynym organizatorem **MŚ** i że na podstawie umowy zawartej z **FIVB** w dniu 15.08.2008 r., organizacja **MŚ** została przyznana Wykonawcy na zasadzie wyłączności.
3. Wykonawca oświadcza, że minimum 12 meczy rozgrywanych w ramach **MŚ** będzie zorganizowanych w **Hali**.
4. Wykonawca oświadcza, że prawa telewizyjne do transmisji **MŚ** należą do **FIVB**.
5. Wykonawca oświadcza, że do 30.07.2011 roku dostarczy pismo do Wydziału Sportu Urzędu Miasta Łodzi od **FIVB**, potwierdzające prawo Telewizji Polsat S.A. do transmisji meczów rozgrywanych w ramach **MŚ** na żywo w otwartym i kodowanym kanale.
6. Wykonawca zobowiązuje się przestrzegać:
 - a. Właściwych przepisów dotyczących organizacji imprez sportowych i sportowo - rekreacyjnych,
 - b. Ustawy z dnia 25 czerwca 2010 roku o sporcie Dz. U. z 2010 nr 127, poz. 857,
 - c. Ustawy z dnia 20 marca 2009 roku o bezpieczeństwie imprez masowych, Dz. U. z 2009 nr 62, poz. 504,
 - d. Zapisów zawartych w Regulacjach Międzynarodowych.
7. Wykonawca oświadcza, że posiada prawo do oficjalnych logotypów **MŚ**. W ramach realizacji niniejszej Umowy Wykonawca przekazuje **Miastu** bezpłatnie możliwość wykorzystywania **Logotypów MŚ** w celach promocyjnych przez okres od dnia podpisania niniejszej Umowy do dnia 30.11.2014 r.
8. Wykonawca oświadcza, że posiada i w ramach realizacji niniejszej Umowy przekazuje **Miastu** prawa do posługiwania się **Logotypem PZPS** w celach promocyjnych przez okres od dnia podpisania niniejszej Umowy do dnia 30.11.2014 r.
9. **Logotypy MŚ** będą przekazane **Miastu** w formie księgi znaku w języku polskim w ciągu 30 dni od dnia oficjalnego ogłoszenia logo **MŚ**.
10. **Logotyp PZPS** będzie przekazany **Miastu** w formie pliku PDF i Corel do dnia do dnia 30.06.2011 roku.
11. Wykonawca oświadcza, że zobowiązuje się przestrzegać postanowień **Regulacji Międzynarodowych** w szczególności w zakresie organizacji **MŚ**, **Działań Promocyjnych** oraz wyposażenia **Hali** i wyszkolenia personelu.
12. **Miasto** przyjmuje do wiadomości, że **Logotypy MŚ** oraz **Logotypy PZPS** podlegają ochronie prawnej. **Miasto** zobowiązuje się nie używać, nie rozpowszechniać, nie publikować ani w jakikolwiek sposób nie reprodukować tych logotypów na żadne inne cele, aniżeli określone w niniejszej umowie. Nadto **Miasto** zobowiązuje się do ścisłego przestrzegania wytycznych

otrzymanych od **Wykonawcy** dotyczących stosowania logotypów, a w szczególności wytycznych zawartych w przekazanych księgach znaków.

13. **Wykonawca** przyjmuje do wiadomości, że **Logotypy Miasta** podlegają ochronie prawnej. **Wykonawca** zobowiązuje się nie używać, nie rozpowszechniać, nie publikować ani w jakikolwiek sposób nie reprodukcować tych logotypów na żadne inne cele, aniżeli określone w niniejszej umowie. Nadto **Wykonawca** zobowiązuje się do ścisłego przestrzegania wytycznych otrzymanych od **Miasta** dotyczących stosowania logotypów.

§ 3

DZIAŁANIA PROMOCYJNE

1. Wykonawca zobowiązany jest do przeprowadzenia **Działań Promocyjnych**
2. **Strony** ustalają, że projekty gdzie użyte będą **Logotypy Miasta** w materiałach promocyjnych, które powstaną na zlecenie **Wykonawcy** i na jego koszt, a o których mowa w Załączniku nr 1 do niniejszej Umowy wymagają akceptacji **Miasta**. **Wykonawca** zastrzega sobie prawo, że ostateczna akceptacja materiałów promocyjnych należy do Światowej Federacji Piłki Siatkowej (FIVB) z uwzględnieniem dyspozycji zawartych w § 3 ust. 8.
3. **Strony** ustalają, że **Miastu** przysługuje prawo do decydowania o umiejscowieniu **Logotypów MŚ** we wszelkich materiałach promocyjnych, które mogą powstać z inicjatywy **Miasta** i na jego koszt.
4. **Miasto** zobowiązuje się uzyskać akceptację **Wykonawcy** i **FIVB** odnośnie treści i formy wszystkich materiałów zawierających **Logotyp MŚ** przed ich rozpowszechnieniem lub upublicznieniem, niezależnie od sposobu tego rozpowszechnienia lub upublicznienia, zgodnie z postanowieniami zawartymi poniżej.
5. **Miasto** zobowiązuje się uzyskać akceptację **Wykonawcy** odnośnie treści i formy wszystkich materiałów zawierających **Logotyp PZPS** przed ich rozpowszechnieniem lub upublicznieniem, niezależnie od sposobu tego rozpowszechnienia lub upublicznienia, zgodnie z postanowieniami poniżej.
6. Wszelkie działania promocyjne podejmowane bezpośrednio lub pośrednio przez **Wykonawcę** w związku z **MŚ** i w ramach **Działań Promocyjnych** muszą być przedstawione do wglądu i akceptacji przez **Miasto** minimum na 7 dni roboczych przed planowym działaniem, emisją bądź drukiem.
7. Wszelkie działania promocyjne, które **Miasto** zdecyduje się podjąć z własnej inicjatywy w związku z **MŚ**, w tym w szczególności działania połączone z wykorzystaniem **Logotypów**

MŚ lub **Logotypów PZPS** muszą być przedstawione do wglądu i akceptacji **Wykonawcy** minimum na 7 dni roboczych przed planowym działaniem, emisją bądź drukiem.

8. Akceptacja przez każdą ze **Stron** musi być wyrażona każdorazowo w formie pisemnej bądź mailowej pod rygorem nieważności w ciągu 5 dni roboczych od dnia przedstawienia materiałów do wglądu. Brak akceptacji w w/w terminie oznacza zgodę **Strony**. W przypadku zgłoszenia zastrzeżeń przez **Stronę**, co do planowanych materiałów musi ona zostać umotywowana w formie pisemnej lub mailowej przez **Stronę** zgłaszającą.
9. W nagłych przypadkach **Strony** dopuszczają skrócenie terminów, o którym mowa w § 3 ust. 6, 7, 8 do 24 godzin dnia roboczego. **Strona** wnioskująca o skrócenie terminu zobowiązana jest każdorazowo do przedstawienia uzasadnienia skrócenia terminu w formie pisemnej bądź mailowej. Akceptacja przez każdą ze **Stron** musi być wyrażona każdorazowo w formie pisemnej bądź mailowej pod rygorem nieważności w ciągu 12 godzin dnia roboczego od dostarczenia materiałów. Brak akceptacji w w/w terminie oznacza zgodę **Strony**.
10. **Strony** przewidują możliwość aneksowania umowy w zakresie zmiany terminów Działań Promocyjnych w przypadku zmiany terminów rozgrywek z przyczyn technicznych i organizacyjnych.

§ 4

OBOWIĄZKI WYKONAWCY

1. W ramach niniejszej Umowy **Wykonawca** zobowiązuje się na własny koszt:
 - a) do realizacji przedmiotu Umowy, o którym mowa w § 1 niniejszej Umowy, zgodnie z warunkami umowy i obowiązującymi przepisami, przy zachowaniu należytej staranności,
 - b) do zabezpieczenia przez okres trwania **MŚ** możliwie najszybszych tras przejazdu autokarów osób uczestniczących w **Rundzie**, pomiędzy **Hotelami**, **Halą** i halą treningową, przy czym przez zabezpieczenie rozumie się, co najmniej eskortę Policji, jeśli będzie ona konieczna i wymagana. Obowiązek uzyskania niezbędnych zezwoleń oraz poczynienie niezbędnych ustaleń w tym zakresie z właściwymi organami administracji publicznej spoczywa na **Wykonawcy**,
 - c) do uzyskania wszystkich koniecznych i niezbędnych zezwoleń od właściwych organów administracji publicznej do organizacji **MŚ** i **Działań Promocyjnych** oraz w zakresie realizacji niniejszej Umowy,
 - d) do zorganizowania, przeszkolenia, ubezpieczenia NW i OC oraz wyposażenia nie mniej niż 30 wolontariuszy, wspomagających **Wykonawcę** na terenie Łodzi i **Hali** podczas **MŚ** oraz **Działań Promocyjnych** oraz kierowania ich działaniami,
 - e) do zaprojektowania i wykonania plakatów promujących **MŚ** w ilości 1000 sztuk oraz do rozwieszenia w wybranych przez **Wykonawcę** lokalizacjach na terenie Łodzi plakatów

w ilości 500 sztuk, na co najmniej 30 dni przed rozpoczęciem **Rundy** oraz zapewnienia ich ekspozycji do rozpoczęcia **Rundy** oraz podczas jej trwania,

- f) do rozwieszenia na terenie Łodzi na co najmniej 30 dni przed rozpoczęciem Rundy plakatów w ilości minimum 500 plakatów we wskazanych przez **Miasto**, na co najmniej 60 dni przed rozpoczęciem **Rundy**, dodatkowych lokalizacjach oraz zapewnienia ekspozycji plakatów podczas trwania Rundy
- g) do zaprojektowania i wykonania flag promujących **MŚ**, zgodnie z § 3 niniejszej Umowy, minimum w ilości 50 sztuk oraz do rozwieszenia ich na terenie Łodzi, na co najmniej 30 dni przed rozpoczęciem **Rundy** oraz zapewnienia ich ekspozycji do rozpoczęcia **Rundy** oraz podczas jej trwania. Flagi zostaną umieszczone w lokalizacjach wskazanych przez **Miasto**,
- h) do zamieszczania informacji dotyczących **Miasta**, przygotowanych przez **Miasto**, w tym aktywnego linku do strony **Miasta** na stronach internetowych: www.pzps.pl i na stronie internetowej **MŚ** przygotowanej przez **Wykonawcę** od dnia zawarcia umowy,
- i) do przekazania **Miastu** listy imiennej VIP, zawierającej wykaz osób, którym **Wykonawca** będzie chciał przekazać zaproszenia na 45 dni przed rozpoczęciem **Rundy**.
- j) do przekazania **Miastu** zaproszeń VIP oraz zaproszeń zwykłych w ilości minimum 10 na każdy mecz **MŚ** organizowany w Łodzi przez **Wykonawcę**. Ilość zaproszeń, jak i termin przekazania zostanie ustalony przez Strony w terminie nie później niż na 3 miesiące przed rozpoczęciem **MŚ**.
- k) do przekazania do Wydziału Sportu Urzędu Miasta Łodzi, na pisemną prośbę **Miasta** zaproszeń na każdy mecz **MŚ** organizowany przez **PZPS** w innych miastach w ilości minimum 10 zaproszeń na każdy mecz w terminie nie później niż 6 miesięcy przed rozpoczęciem **MŚ**.

2. Ponadto **Wykonawca** zobowiązuje się zapewnić przedstawicielom **Miasta** możliwość udziału w **Działaniach Promocyjnych** organizowanych przez **Wykonawcę**.

§ 5

OŚWIADCZENIA WYKONAWCY

1. **Wykonawca** oświadcza, że:

- a) zapewnieni profesjonalną obsługę medyczną **MŚ i Działań Promocyjnych**,
- b) zapewnieni profesjonalną obsługę sędziowską **MŚ i Działań Promocyjnych**,
- a) zapewnieni profesjonalną ochronę **MŚ i Działań Promocyjnych**,

- b) zapewnieni obsługę techniczną **MŚ i Działań Promocyjnych**,
- c) zapewnieni niezbędne wyposażenie do przeprowadzenia **MŚ i Działań Promocyjnych**,
- d) zapewnieni transport dla osób uczestniczących w **MŚ i Działaniach Promocyjnych**, w szczególności zawodników, VIP-ów, sędziów, delegatów.

§ 6

OBOWIĄZKI MIASTA

1. W ramach niniejszej Umowy **Miasto** zobowiązuje się do:
 - a) zabezpieczenia środków finansowych w budżecie **Miasta** na lata 2011-2014 niezbędnych do zapłaty wynagrodzenia, o którym mowa w § 10 ust.1, jak również do realizacji pozostałych obowiązków wynikających z treści Umowy,
 - b) terminowej zapłaty wynagrodzenia, zgodnie z harmonogramem opisanym w § 10 ust. 6 po zaakceptowaniu przez Wydział Sportu złożonych przez **Wykonawcę** w wymaganych terminach sprawozdań merytorycznych oraz po dostarczeniu prawidłowo wystawionej faktury VAT do siedziby Wydziału Sportu Urzędu Miasta Łodzi,
 - c) zamieszczania informacji przygotowywanych przez **Wykonawcę** w ramach **Działań Promocyjnych** promujących **MŚ** na stronie internetowej **Miasta** www.sport.lodz.pl. Informacje do umieszczenia na w/w stronie będą przedstawiane **Miastu** do wglądu i do akceptacji minimum na 10 dni roboczych przed planową emisją i po dokonaniu akceptacji przez **Miasto** w ciągu 3 dni roboczych będą zamieszczane na w/w stronie. Brak oświadczenia **Miasta** w w/w terminie oznacza zgodę **Miasta** na publikację dostarczonych informacji,
 - d) nie wprowadzać do obrotu jakichkolwiek materiałów promocyjnych zawierających **Logotypy MŚ** i **Logotyp PZPS** bez akceptacji **PZPS** lub **FIVB** albo po upływie terminów określonych w § 2 ust. 7 i 8 niniejszej Umowy,
 - e) przekazania **Logotypów Miasta Wykonawcy** w terminie 14 dni od dnia podpisania Umowy, lub 14 dni po ich zmianie,
 - f) udzielenia pomocy **Wykonawcy** we wszelkich działaniach podejmowanych w ramach **MŚ i Działań Promocyjnych** na pisemną prośbę **Wykonawcy**. Pomoc udzielana przez **Miasto** nie będzie generować dodatkowych kosztów dla **Miasta**. Jeżeli udzielenie wnioskowanej pomocy będzie wiązało się z powstaniem dodatkowych kosztów **Miasto** powiadomi o tym **Wykonawcę** wskazując te koszty. W takim przypadku **Miasto** udzieli pomocy jeżeli **Wykonawca** zobowiąże się do pokrycia wskazanych kosztów ze środków własnych,

- g) przekazania Wykonawcy listy imiennej zawierającej stanowiska osób, którym Miasto będzie chciało przekazać zaproszenia na 30 dni przed rozpoczęciem **MŚ**.

§ 8

KONTAKT

1. **Strony** oświadczają, że adresami do korespondencji są odpowiednio:
 - a) dla **Wykonawcy** – Polski Związek Piłki Siatkowej, ul. Grażyny 13, 02-548 Warszawa, adres e-mail: pzps@pzps.pl, fax.: 22 440 83 43
 - b) dla **Miasta**: Wydział Sportu Urzędu Miasta Łodzi, ul. ks. Skorupki 21, 90-532 Łódź, adres e-mail: wydzial.sportu@uml.lodz.pl, fax. (042) 638 48 78.
2. W przypadku zmiany adresu do doręczeń, **Strona** zmieniająca adres do korespondencji, zobowiązuje się do pisemnego poinformowania o powyższej zmianie.
3. Brak pisemnego poinformowania o zmianie adresu do korespondencji ma ten skutek, że doręczenie na adres poprzedni uważa się za skuteczne.
4. **Strony** zgodnie ustalają, że osobami do kontaktów w ramach wykonania niniejszej Umowy są następujące osoby:
 - a) ze strony **Wykonawcy**: Krzysztof Lipiec, adres mail: k.lipiec@polandvolley2014.pl, tel. 501 066 803, fax. (022) 44 08 343;
 - b) ze strony **Miasta**: Luiza Staszczak - Gąsiorek – Dyrektor Wydziału Sportu UMEŁ, adres mail: l.gasiorek@uml.lodz.pl, tel. (042) 638 48 36, fax. (042) 638 48 78.

§ 9

OGRANICZENIE ODPOWIEDZIALNOŚCI STRON

1. Niniejsza Umowa została zawarta na czas określony i obowiązuje od dnia 26.05.2011 roku do dnia 30 listopada 2014 roku.
2. **Wykonawca** nie ponosi odpowiedzialności za zobowiązania finansowe **Miasta** powstałe w związku z realizacją niniejszej Umowy.
3. **Wykonawca** ponosi całą odpowiedzialność i odpowiada za zawinione z winy umyślnej i nieumyślnej niewykonanie lub nienależyte wykonanie niniejszej Umowy.
4. **Wykonawca** oświadcza, że ponosi pełną odpowiedzialność za osoby trzecie, z którymi będzie zawierał umowy, w ramach wykonywania niniejszej Umowy.

5. **Miasto** nie ponosi odpowiedzialności za zobowiązania finansowe **Wykonawcy** wobec osób trzecich, powstałe w trakcie realizacji niniejszej Umowy.
6. **Miasto** nie ponosi odpowiedzialności wobec osób trzecich za szkodę jaka może powstać w związku z uchybieniami w zakresie prowadzonej przez **Wykonawcę** działalności, w tym szczególnie działalności polegającej na przygotowaniu, promowaniu i przeprowadzeniu **MŚ i Działań Promocyjnych** oraz w związku z wykonywaniem i realizacją niniejszej Umowy.
7. **Wykonawca** nie jest upoważniony do zawierania w imieniu **Miasta** jakichkolwiek umów z osobami trzecimi chyba, że na podstawie odrębnego pełnomocnictwa udzielonego **Wykonawcy** przez **Miasto** w formie pisemnej pod rygorem nieważności.
8. **Miasto** nie jest upoważnione do zawierania w imieniu **Wykonawcy** jakichkolwiek umów z osobami trzecimi, chyba, że na podstawie odrębnego pełnomocnictwa udzielonego **Miastu** przez **Wykonawcę** w formie pisemnej pod rygorem nieważności.
9. **Wykonawca** nie ponosi odpowiedzialności za szkodę wynikającą z niedojścia **MŚ** do skutku, jeśli okoliczność ta została spowodowana **Silą Wyższą**.
10. Przeniesienie przez **Miasto** na osobę trzecią praw i obowiązków wynikających z niniejszej umowy w całości lub w części wymaga zgody **Wykonawcy**, wyrażonej w formie pisemnej pod rygorem nieważności.
11. **Wykonawca** zobowiązuje się do dbania o dobre imię **Miasta** i nie narażanie go na uszczerbek w związku z powstałymi z winy **Wykonawcy** sytuacjami związanymi w szczególności z korupcją, postawami ksenofobicznymi i rasistowskimi oraz agresją podczas zawodów sportowych.

§ 10

WYNAGRODZENIE

1. Za wykonanie przedmiotu umowy **Miasto** zapłaci **Wykonawcy** kwotę 6 970 000 zł brutto, w tym należny podatek VAT. Wynagrodzenie wskazane w ust. 1 wyczerpuje wszelkie roszczenia **Wykonawcy** z tytułu wykonania przedmiotowej umowy.
2. Wynagrodzenie, o którym mowa w ust. 1 zostanie uregulowane na podstawie częściowych faktur VAT wystawionych na:

Urząd Miasta Łodzi

ul. Piotrkowska 104

ŁÓDŹ

NIP: 725-002-89-02

3. Podstawą do wystawienia faktury przez **Wykonawcę** za I, III, V i VII etap realizacji niniejszej umowy, o którym mowa w § 10 ust. 6, jest potwierdzenie wykonania prac w danym etapie zgodnie z harmonogramem oraz zaakceptowanie częściowego sprawozdania merytorycznego za dany etap przez Wydział Sportu Urzędu Miasta Łodzi, zgodnie z harmonogramem opisanym w § 10 ust. 6.
4. Podstawą do wystawienia faktury przez **Wykonawcę** za II, IV, VI i VIII etap realizacji niniejszej umowy, o którym mowa w § 10 ust. 6, jest potwierdzenie wykonania prac w danym etapie zgodnie z harmonogramem oraz zaakceptowanie końcowego sprawozdania merytorycznego za dany etap przez Wydział Sportu Urzędu Miasta Łodzi, zgodnie z harmonogramem opisanym w § 10 ust. 6.
5. Brak akceptacji częściowych lub końcowych sprawozdań merytorycznych wymaga wskazania powodów braku akceptacji oraz musi zawierać wezwanie skierowane do **Wykonawcy** do usunięcia uchybień z wyznaczeniem terminu nie krótszego niż 14 dni.
6. Wynagrodzenie, o którym mowa w ust. 1 będzie płatne:
 - 6.1. W zakresie realizacji zadań zaplanowanych na 2011 rok:
 - 6.1.1. I etap realizacji umowy - kwota w wysokości 400 000 zł brutto (słownie: czterysta tysięcy złotych 00/100) zostanie wypłacona po potwierdzeniu wykonania prac i:
 - a) zaakceptowaniu przez Wydział Sportu złożonego przez **Wykonawcę** częściowego sprawozdania merytorycznego nr 1 określonego w § 11 ust. 3 niniejszej umowy, w terminie 14 dni od daty dostarczenia prawidłowo wystawionej faktury VAT do siedziby Wydziału Sportu Urzędu Miasta Łodzi, pok. nr 3, ul. ks. Skorupki 21, 90-532 Łódź;
 - b) częściowe sprawozdanie merytoryczne nr 1 będzie złożone przez Wykonawcę w terminie od 15 lipca do 30 lipca 2011 roku.
 - 6.1.2. II etap realizacji umowy - kwota w wysokości 400 000 zł brutto (słownie: czterysta tysięcy złotych 00/100) zostanie wypłacona po potwierdzeniu wykonania prac i:
 - a) zaakceptowaniu przez Wydział Sportu złożonego przez **Wykonawcę** końcowego sprawozdania merytorycznego nr 2 określonego w § 11 ust. 4 niniejszej umowy, w terminie 14 dni od daty dostarczenia prawidłowo wystawionej faktury VAT do siedziby Wydziału Sportu Urzędu Miasta Łodzi, pok. nr 3, ul. ks. Skorupki 21, 90-532 Łódź;
 - b) końcowe sprawozdanie merytoryczne nr 2 będzie złożone przez Wykonawcę w terminie od 15 listopada do 30 listopada 2011 roku.
 - 6.2. W zakresie realizacji zadań zaplanowanych na 2012 rok:

6.2.1. III etap realizacji umowy - kwota w wysokości 250 000 zł brutto (słownie: dwieście pięćdziesiąt tysięcy złotych 00/100) zostanie wypłacona po potwierdzeniu wykonania prac i:

- a) zaakceptowaniu przez Wydział Sportu złożonego przez **Wykonawcę** częściowego sprawozdania merytorycznego nr 3 określonego w § 11 ust. 3 niniejszej umowy, w terminie 14 dni od daty dostarczenia prawidłowo wystawionej faktury VAT do siedziby Wydziału Sportu Urzędu Miasta Łodzi, pok. nr 3, ul. ks. Skorupki 21, 90-532 Łódź;
- b) częściowe sprawozdanie merytoryczne nr 3 będzie złożone przez **Wykonawcę** w terminie od 15 czerwca do 30 czerwca 2012 roku.

6.2.2. IV etap realizacji umowy - kwota w wysokości 250 000 zł brutto (słownie: dwieście pięćdziesiąt tysięcy złotych 00/100) zostanie wypłacona po potwierdzeniu wykonania prac i:

- a) zaakceptowaniu przez Wydział Sportu złożonego przez **Wykonawcę** końcowego sprawozdania merytorycznego nr 4 określonego w § 11 ust. 4 niniejszej umowy, w terminie 14 dni od daty dostarczenia prawidłowo wystawionej faktury VAT do siedziby Wydziału Sportu Urzędu Miasta Łodzi, pok. nr 3, ul. ks. Skorupki 21, 90-532 Łódź;
- b) końcowe sprawozdanie merytoryczne nr 4 będzie złożone przez **Wykonawcę** w terminie od 15 listopada do 30 listopada 2012 roku.

6.3. W zakresie realizacji zadań zaplanowanych na 2013 rok:

6.3.1. V etap realizacji umowy – kwota w wysokości 835 000 zł brutto (słownie: osiemset trzydzieści pięć tysięcy złotych 00/100) zostanie wypłacona po potwierdzeniu wykonania prac i:

- a) zaakceptowaniu przez Wydział Sportu złożonego przez **Wykonawcę** częściowego sprawozdania merytorycznego nr 5 określonego w § 11 ust. 3 niniejszej umowy, w terminie 14 dni od daty dostarczenia prawidłowo wystawionej faktury VAT do siedziby Wydziału Sportu Urzędu Miasta Łodzi, pok. nr 3, ul. ks. Skorupki 21, 90-532 Łódź;
- b) częściowe sprawozdanie merytoryczne nr 5 będzie złożone przez **Wykonawcę** w terminie od 15 czerwca do 30 czerwca 2013 roku.

6.3.2. VI etap realizacji umowy – kwota w wysokości 835 000 zł brutto (słownie: osiemset trzydzieści pięć tysięcy złotych 00/100) zostanie wypłacona po potwierdzeniu wykonania prac i:

- a) zaakceptowaniu przez Wydział Sportu złożonego przez **Wykonawcę** końcowego sprawozdania merytorycznego nr 6 określonego w § 11 ust. 4 niniejszej umowy,

w terminie 14 dni od daty dostarczenia prawidłowo wystawionej faktury VAT do siedziby Wydziału Sportu Urzędu Miasta Łodzi, pok. nr 3, ul. ks. Skorupki 21, 90-532 Łódź;

- b) końcowe sprawozdanie merytoryczne nr 6 będzie złożone przez **Wykonawcę** w terminie od 15 listopada do 30 listopada 2013 roku.

6.4. W zakresie realizacji zadań zaplanowanych na 2014 rok:

6.4.1. VII etap realizacji umowy- kwota w wysokości 2 000 000 zł brutto (słownie: dwa miliony złotych 00/100) zostanie wypłacona po potwierdzeniu wykonania prac i:

- a) zaakceptowaniu przez Wydział Sportu złożonego przez **Wykonawcę** częściowego sprawozdania merytorycznego nr 7 określonego w § 11 ust. 3 niniejszej umowy, w terminie 14 dni od daty dostarczenia prawidłowo wystawionej faktury VAT do siedziby Wydziału Sportu Urzędu Miasta Łodzi, pok. nr 3, ul. ks. Skorupki 21, 90-532 Łódź;

- b) częściowe sprawozdanie merytoryczne nr 7 będzie złożone przez **Wykonawcę** w terminie od 15 czerwca do 30 czerwca 2014 roku.

6.4.2. VIII etap realizacji umowy- kwota w wysokości 2 000 000 zł brutto (słownie: dwa miliony złotych 00/100) zostanie wypłacona po potwierdzeniu wykonania prac i:

- a) zaakceptowaniu przez Wydział Sportu złożonego przez **Wykonawcę** końcowego sprawozdania merytorycznego nr 8 określonego w § 11 ust. 4 niniejszej umowy, w terminie 14 dni od daty dostarczenia prawidłowo wystawionej faktury VAT do siedziby Wydziału Sportu Urzędu Miasta Łodzi, pok. nr 3, ul. ks. Skorupki 21, 90-532 Łódź;

- b) końcowe sprawozdanie merytoryczne nr 8 będzie złożone przez **Wykonawcę** w terminie od 1 grudnia do 7 grudnia 2014 roku.

6.4.3. W przypadku gdy Reprezentacja Polski w Piłce Siatkowej nie awansuje do II Rundy MŚ Wynagrodzenie Wykonawcy zostanie pomniejszone o 3 000 000 zł brutto (słownie: trzy miliony złotych 00/100).

- 7. W przypadku nie zrealizowania części przedmiotu Umowy z przyczyn niezależnych od **Wykonawcy**, **Miasto** dopuszcza możliwość wypłaty wynagrodzenia, o którym mowa w § 10 ust. 6. **Miasto** dopuszcza możliwość zapłaty za usługi faktycznie wykonane i odebrane od **Wykonawcy**. W tym przypadku podstawą do wyceny usług faktycznie wykonanych i odebranych od **Wykonawcy** jest kosztorys **Wykonawcy**, stanowiący Załącznik nr 1 do niniejszej Umowy.

§ 11

SPRAWOZDANIA MERYTORYCZNE

1. **Wykonawca** zobowiązany jest do sporządzania częściowych i końcowych sprawozdań merytorycznych, przedstawiających realizację **Działań Promocyjnych**.
2. Częściowe i końcowe sprawozdania merytoryczne **Wykonawca** zobowiązany jest przedstawiać za poszczególne etapy w terminach określonych w § 10 ust. 6 niniejszej Umowy.
3. Częściowe sprawozdania merytoryczne o numerach 1, 3, 5, i 7 zostaną przekazane w formie pisemnej i elektronicznej oraz muszą zawierać niżej wymienione elementy w zakresie określonym niniejszą Umową i w Załączniku nr 1 do niniejszej Umowy:
 - a) opis przeprowadzonych przez **Wykonawcę** działań w okresie sprawozdawczym,
 - b) kalendarz imprez, podczas których **Wykonawca** świadczył na rzecz **Miasta** usługi promocji,
 - c) wzorcowe egzemplarze materiałów promocyjnych publikacji i innych,
 - d) opracowane projekty materiałów promocyjnych informacyjnych oraz publikacji,
 - e) dokumentację potwierdzającą wykonywanie Umowy, a w szczególności:
 - dokumentację fotograficzną,
 - kopie informacji prezentowanych na stronach internetowych,
 - kopie informacji prezentowanych w publikacjach medialnych, w tym prasa, telewizja, radio,
 - f) raport zawierający zestawienie materiałów na temat działalności **Wykonawcy** publikowanych w mediach oraz uwzględniający treści związane z **Miastem**,
4. Końcowe sprawozdania merytoryczne o numerach 2, 4, 6 i 8 zostaną przekazane w formie pisemnej i elektronicznej oraz muszą zawierać niżej wymienione elementy w zakresie określonym niniejszą Umową i w Załączniku nr 1 do niniejszej Umowy:
 - a) opis przeprowadzonych przez **Wykonawcę** działań w okresie sprawozdawczym,
 - b) kalendarz imprez, podczas których **Wykonawca** świadczył na rzecz **Miasta** usługi promocji,
 - c) wzorcowe egzemplarze materiałów promocyjnych publikacji i innych,
 - d) opracowane projekty materiałów promocyjnych, informacyjnych oraz publikacji,
 - e) dokumentację potwierdzającą wykonywanie Umowy, a w szczególności:
 - dokumentację fotograficzną,
 - kopie informacji prezentowanych na stronach internetowych,
 - kopie informacji prezentowanych w publikacjach medialnych, w tym prasa, telewizja, radio,
 - f) końcowy raport medialny, wykonany przez profesjonalną firmę i zawierający w szczególności raport oglądalności oraz raport wartości medialnej.
5. **Miasto** w ciągu 14 dni roboczych od daty wpłynięcia częściowych i końcowych sprawozdań merytorycznych poinformuje **Wykonawcę** w formie pisemnej o przyjęciu lub niez zaakceptowaniu sprawozdania.
6. Dodatkowo **Wykonawca** po zakończeniu zadań promocyjnych przekaże **Miastu** całościowy raport medialny w zakresie oglądalności i wartości medialnej, będący podsumowaniem

raportów medialnych, o których mowa w § 11 ust. 4 niniejszej Umowy,

7. Całościowy raport medialny, częściowe i końcowe sprawozdania merytoryczne będą składane przez **Wykonawcę** do siedziby Wydziału Sportu Urzędu Miasta Łodzi, pok. nr 3, ul. ks. Skorupki 21, 90-532 Łódź.
8. Nie złożenie częściowych lub końcowych sprawozdań merytorycznych w terminach określonych w § 10 ust. 6 niniejszej Umowy będzie jednoznaczne z nienależytym wykonaniem przedmiotu Umowy przez **Wykonawcę**.
9. Nie złożenie całościowego raportu medialnego w terminie do dnia 8 grudnia 2014 roku będzie jednoznaczne z nienależytym wykonaniem przedmiotu Umowy przez **Wykonawcę**.
10. Podstawą do uznania poszczególnej usługi wchodzącej w skład przedmiotu Umowy za niewykonaną lub nienależycie wykonaną będzie stwierdzony brak potwierdzenia prawidłowego wykonania usługi w częściowych sprawozdaniach merytorycznych przez przedstawiciela **Miasta** lub stwierdzenie przez upoważnionego przedstawiciela **Miasta** niewykonania lub nienależycie wykonania przedmiotu Umowy potwierdzone w protokole pokontrolnym przedstawionym do wglądu **Wykonawcy**. Postanowienie zawarte w zdaniu poprzedzającym nie stanowi zastrzeżenia dla **Miasta** wyłącznego prawa do stwierdzania zgodności świadczeń **Wykonawcy** z umową, a brak potwierdzenia prawidłowego wykonania usługi w częściowych sprawozdaniach merytorycznych przez przedstawiciela **Miasta** nie wyłącza możliwości wykazania przez **Wykonawcę** prawidłowości wykonania usługi.

§ 12

PRAWO DO MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH

1. **Wykonawca** oświadcza, że osoby trzecie nie uzyskały ani nie uzyskają autorskich praw majątkowych do materiałów, o których mowa w § 11.
2. **Wykonawca** oświadcza, że materiały w sprawozdaniach częściowych przekazane **Miastu** nie stanowią własność **Miasta**. Materiały te stanowią jedynie dowód wywiązania się **Wykonawcy** ze zobowiązań wynikających z przeprowadzeniem działań promocyjnych zawartych w Załączniku nr 1, z wyjątkiem materiałów, o których mowa w § 11 ust. 4. pkt. d, które zostaną własnością **Miasta**.

§ 13

TRYB ROZWIĄZANIA UMOWY

1. **Wykonawca** jest uprawniony do rozwiązania niniejszej Umowy bez obowiązku zwrotu dotychczas zapłaconego wynagrodzenia, w trybie natychmiastowym, w formie pisemnej,

ze skutkiem na dzień doręczenia **Miastu** pisma rozwiązującego Umowę w przypadku naruszenia przez **Miasto** postanowień niniejszej Umowy skutkujących nieodbyciem się **MŚ**.

2. Niniejsza Umowa ulega rozwiązaniu bez obowiązku zwrotu dotychczasowego wynagrodzenia, w przypadku odwołania **MŚ** z powodu działania **Sił Wyższych** lub z przyczyn niezawinionych przez Wykonawcę.
3. **Miasto** jest uprawnione do rozwiązania niniejszej Umowy w trybie natychmiastowym, w formie pisemnej, ze skutkiem na dzień doręczenia **Wykonawcy** pisma rozwiązującego Umowę w przypadku naruszenia przez **Wykonawcę** postanowień niniejszej Umowy skutkujących nieodbyciem się **MŚ**.
4. Poza przypadkami określonymi powyżej strony ograniczają możliwość wypowiedzenia umowy przed terminem na jaki została zawarta wyłącznie do wypowiedzenia z ważnych przyczyn.

§ 14

KONTROLA

1. **Miasto** zastrzega sobie prawo do przeprowadzania wybiórczych kontroli z wykonywania przez **Wykonawcę** przedmiotu Umowy, określonego w § 1 ust.1 niniejszej Umowy, przez upoważnionego przedstawiciela **Miasta**.
2. **Wykonawca** zobowiązany jest do udzielenia upoważnionemu przedstawicielowi **Miasta** wszelkiej pomocy w trakcie prowadzenia kontroli działań **Wykonawcy**.
3. Z przeprowadzonej kontroli będzie sporządzany protokół pokontrolny, z udziałem **Stron**.

§ 15

KARY UMOWNE

1. W przypadku niewykonania części przedmiotu Umowy wynikającego z Załącznika nr 1 do niniejszej Umowy, **Wykonawca** zapłaci **Miastu** karę umowną w wysokości 16 % kwoty przeznaczonej odpowiednio na rok za realizację działań promocyjnych za każdą niewykonaną lub niewłaściwie wykonaną usługę, wynikającą z Załącznika nr 1 do niniejszej Umowy, w terminie 14 dni od otrzymania pisemnego wezwania do zapłaty.
2. W przypadku niewykonania Umowy, poza przypadkami wskazanymi w § 13 ust. 1, 2 i 4, **Wykonawca** jest zobowiązany zwrócić otrzymane dotychczas wynagrodzenie w części, która nie została wydatkowana na zgodną z wolą **Stron** realizację Umowy wraz z odsetkami ustawowymi liczonymi od dnia przekazania wynagrodzenia.

3. Za każde nieprzedłożone w terminie sprawozdanie z realizacji umowy **Wykonawca** zapłaci **Miastu** karę umowną w wysokości 11 % kwoty przeznaczonej odpowiednio na rok za realizację działań promocyjnych za każdy dzień powyżej tygodnia opóźnienia.
4. Za nieprzedłożone w terminie całościowego raportu medialnego **Wykonawca** zapłaci **Miastu** karę umowną w wysokości 6 % kwoty umowy za każdy dzień powyżej tygodnia opóźnienia.
5. W przypadku poniesienia przez **Miasto** szkody przewyższającej karę umowną, **Miasto** ma prawo dochodzenia odszkodowania uzupełniającego na zasadach ogólnych z tym zastrzeżeniem, że odpowiedzialność **Wykonawcy** ograniczona jest do szkody rzeczywiście poniesionej.
6. W przypadku poniesienia przez **Stronę** szkody, wynikającej z niewykonania części przedmiotu Umowy przez **Stronę**, **Strona** ma prawo dochodzenia odszkodowania na zasadach ogólnych.
7. Zapłata kary umownej nastąpi przelewem na rachunek bankowy odpowiednio **Miasta** lub **Wykonawcy**, w terminie 14 dni od dnia otrzymania przez odpowiednio **Wykonawcę** lub **Miasto** stosownego wezwania.
8. **Wykonawca** oświadcza, że w przypadku naliczenia kar umownych wyraża zgodę na ich potrącenie z przysługującego mu wynagrodzenia.
9. W przypadku korzystania przez **Miasto** z **Logotypów MŚ** lub **Logotypów PZPS** bez akceptacji **PZPS** lub **FIVB** albo po upływie terminów określonych w niniejszej Umowie, **Miasto** zapłaci **Wykonawcy** karę umowną w wysokości 10 000 zł brutto za każde wykorzystanie logotypu niezgodnie z warunkami Umowy. **Wykonawca** może dochodzić odszkodowania przenoszącego wysokość kary umownej na zasadach ogólnych.

§ 16

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. **Strony** zgodnie postanawiają, iż w przypadku stwierdzenia, że jakiegokolwiek postanowienie niniejszej Umowy jest z mocy prawa nieważne lub bezskuteczne, nie będzie to miało wpływu na pozostałe jej postanowienia chyba, że z okoliczności wynikało będzie w sposób oczywisty, iż bez postanowień dotkniętych nieważnością lub bezskutecznością Umowa nie zostałaby zawarta.
2. W przypadku, o którym mowa w ust. 1 **Strony** będą zobowiązane zawrzeć aneks do niniejszej Umowy, w którym sformułują postanowienia zastępcze, których cel gospodarczy będzie równoważny lub zbliżony do celu postanowień nieważnych lub bezskutecznych.
3. W przypadku ewentualnych sporów **Strony** będą dążyć do rozstrzygnięć polubownych, w szczególności poprzez przeprowadzenie stosownych negocjacji. **Strony** zgodnie ustalają,

że maksymalny termin dotyczący rozstrzygnięcia polubownego każdego ewentualnego sporu poprzez negocjacje wynosi 30 dni.

4. **Strony** uzgadniają, iż w przypadku nie osiągnięcia porozumienia, co do sposobu rozwiązania sporu, o którym mowa w ust. 3, sądem właściwym do jego rozstrzygnięcia będzie sąd właściwy dla siedziby **Miasta**.
5. **Strony** uzgadniają, iż ewentualne spory powstałe w związku z zawarciem i wykonywaniem niniejszej Umowy strony poddadzą rozstrzygnięciu przez sąd właściwy dla siedziby **Miasta**.
6. W sprawach nieuregulowanych niniejszą Umową mają zastosowanie przepisy Kodeksu Cywilnego oraz ustawy: „Prawo zamówień publicznych”.
7. Umowę sporządzono w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, z czego dla Miasta dwa egzemplarze i jeden egzemplarz dla **Wykonawcy**.
8. Wszelkie zmiany niniejszej Umowy wymagają pod rygorem nieważności zachowania formy pisemnej.

MIASTO

WYKONAWCA

PREZYDENT MIASTA ŁODZI

**Prezes
Polskiego Związku Piłki Siatkowej**

Hanna Zdanowska

Mirosław Przedpelski

**Wiceprezes
Polskiego Związku Piłki Siatkowej**

Artur Popko

Załączniki do umowy:

1. Działania Promocyjne wraz z kosztorysem.

**Załącznik do umowy nr Sp-I.272.9.2011
z dnia 26.05.2011 r.**

Działania promocyjne wraz z kosztorysem

Działania promocyjne planowane do realizacji w roku 2011

MIEJSCE	ZADANIE	OKRES REALIZACJI	ETAP	KWOTA
	BANDY ELEKTRONICZNE			
Liga Światowa 2011 (Łódź)	emisja logo bądź nazwy miasta Łódź podczas meczów Ligi Światowej organizowanych w Łodzi w ramach edycji LS 2011, transmitowanych w telewizji. (Emisja logo bądź nazwy miasta Łódź min 1% czasu reklamowego).	czerwiec/lipiec	I	50 000
Liga Światowa 2011 (Katowice)	emisja logo bądź nazwy miasta Łódź podczas meczów Ligi Światowej organizowanych w Katowicach w ramach edycji LS 2011, transmitowanych w telewizji. (Emisja logo bądź nazwy miasta Łódź min 1% czasu reklamowego).	czerwiec/lipiec	I	50 000
Liga Światowa 2011 (Płock)	emisja logo bądź nazwy miasta Łódź podczas meczów Ligi Światowej organizowanych w Płocku w ramach edycji LS 2011, transmitowanych w telewizji. (Emisja logo bądź nazwy miasta Łódź min 1% czasu reklamowego).	czerwiec/lipiec	I	50 000
Final Ligi Światowej 2011 (Gdańsk/Sopot)	emisja logo bądź nazwy miasta Łódź podczas meczów finału Ligi Światowej organizowanej w Gdańsku/Sopocie, transmitowanego w telewizji. (Emisja logo bądź nazwy miasta Łódź min 1% czasu reklamowego).	lipiec	I	100 000
World Grand Prix 2011 (Gdynia)	emisja logo bądź nazwy miasta Łódź podczas meczów World Grand Prix organizowanego w Gdyni w ramach edycji WGP 2011, transmitowanych w telewizji. (Emisja logo bądź nazwy miasta Łódź min 1% czasu reklamowego).	sierpień	II	130 000
	STOISKO PROMOCYJNO - REKLAMOWE			

Liga Światowa 2011 (Łódź)	stoisko promocyjno - reklamowe - opracowanie koncepcji ustawienia stoiska reklamowego w Łodzi podczas LŚ 2011, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014. Na stoisku będzie ekspozycja logo miasta, dystrybucja materiałów promocyjnych dotyczących miasta i informacji o imprezie MŚ 2014. Materiały promocyjno - reklamowe dostarczone będą zarówno przez miasto, jak i organizatora. Powierzchnia reklamowa stoiska będzie nie mniejsza niż 20 m2 wraz z produkcją stoiska	czerwiec/lipiec	I	6 000
Liga Światowa 2011 (Katowice)	stoisko promocyjno - reklamowe - opracowanie koncepcji ustawienia stoiska reklamowego w Katowicach podczas LŚ 2011, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014. Na stoisku będzie ekspozycja logo miasta, dystrybucja materiałów promocyjnych dotyczących miasta i informacji o imprezie MŚ 2014. Materiały promocyjno - reklamowe dostarczone będą zarówno przez miasto, jak i organizatora. Powierzchnia reklamowa stoiska będzie nie mniejsza niż 20 m2 wraz z produkcją stoiska	czerwiec/lipiec	I	6 000
Liga Światowa 2011 (Płock)	stoisko promocyjno - reklamowe - opracowanie koncepcji ustawienia stoiska reklamowego w Płocku podczas LŚ 2011, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014. Na stoisku będzie ekspozycja logo miasta, dystrybucja materiałów promocyjnych dotyczących miasta i informacji o imprezie MŚ 2014. Materiały promocyjno - reklamowe dostarczone będą zarówno przez miasto, jak i organizatora. Powierzchnia reklamowa stoiska będzie nie mniejsza niż 20 m2 wraz z produkcją stoiska	czerwiec/lipiec	I	6 000
Final Ligi Światowej 2011 (Gdańsk/Sopot)	stoisko promocyjno - reklamowe - opracowanie koncepcji ustawienia stoiska reklamowego w Gdańsku/Sopotie podczas finału LŚ 2011, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014. Na stoisku będzie ekspozycja logo miasta, dystrybucja materiałów promocyjnych dotyczących miasta i informacji o imprezie MŚ 2014. Materiały promocyjno - reklamowe dostarczone będą zarówno przez miasto, jak i organizatora. Powierzchnia reklamowa stoiska będzie nie mniejsza niż 20 m2 wraz z produkcją stoiska	lipiec	I	12 000
World Grand Prix 2011 (Gdynia)	stoisko promocyjno - reklamowe - opracowanie koncepcji ustawienia stoiska reklamowego w Gdyni podczas WGP 2011, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014. Na stoisku będzie ekspozycja logo miasta, dystrybucja materiałów promocyjnych dotyczących miasta i informacji o imprezie MŚ 2014. Materiały promocyjno - reklamowe dostarczone będą zarówno przez miasto, jak i organizatora. Powierzchnia reklamowa stoiska będzie nie mniejsza niż 20 m2 wraz z produkcją stoiska	sierpień	II	20 000

POLIGRAFIA				
Liga Światowa 2011 (Łódź)	<p>opracowanie projektów, realizacja, produkcja i dystrybucja materiałów drukowanych (w tym plakatów, ulotek i innych materiałów poligraficznych) gdzie będzie ekspozycja logo bądź nazwa miasta. Materiały poligraficzne drukowane w kolorze wraz z logo bądź nazwą miasta w ilości minimum: ulotki 3 000 szt, plakaty 1 000 szt, bannery reklamowe 1 szt, foldery informacyjne 500 szt. W przypadku plakatów miasto wskaże miejsca ekspozycji materiałów (słupy reklamowe, tablice ogłoszeniowe), które są do dyspozycji miasta. Dystrybucja i ekspozycja materiałów odbędzie się podczas organizowanej w Łodzi edycji LS 2011</p>	<p>czerwiec/lipiec</p>	I	6 000
Liga Światowa 2011 (Katowice)	<p>opracowanie projektów, realizacja, produkcja i dystrybucja materiałów drukowanych (w tym plakatów, ulotek i innych materiałów poligraficznych) gdzie będzie ekspozycja logo bądź nazwa miasta. Materiały poligraficzne drukowane w kolorze wraz z logo bądź nazwą miasta w ilości minimum: ulotki 3 000 szt, plakaty 1 000 szt, bannery reklamowe 1 szt, foldery informacyjne 500 szt. W przypadku plakatów miasto wskaże miejsca ekspozycji materiałów (słupy reklamowe, tablice ogłoszeniowe), które są do dyspozycji miasta. Dystrybucja i ekspozycja materiałów odbędzie się podczas organizowanej w Katowicach edycji LS 2011</p>	<p>czerwiec/lipiec</p>	I	6 000
Liga Światowa 2011 (Płock)	<p>opracowanie projektów, realizacja, produkcja i dystrybucja materiałów drukowanych (w tym plakatów, ulotek i innych materiałów poligraficznych) gdzie będzie ekspozycja logo bądź nazwa miasta. Materiały poligraficzne drukowane w kolorze wraz z logo bądź nazwą miasta w ilości minimum: ulotki 3 000 szt, plakaty 1 000 szt, bannery reklamowe 1 szt, foldery informacyjne 500 szt. W przypadku plakatów miasto wskaże miejsca ekspozycji materiałów (słupy reklamowe, tablice ogłoszeniowe), które są do dyspozycji miasta. Dystrybucja i ekspozycja materiałów odbędzie się podczas organizowanej w Płocku edycji LS 2011</p>	<p>czerwiec/lipiec</p>	I	6 000
Final Ligi Światowej 2011 (Gdańsk/Sopot)	<p>opracowanie projektów, realizacja, produkcja i dystrybucja materiałów drukowanych (w tym plakatów, ulotek i innych materiałów poligraficznych) gdzie będzie ekspozycja logo bądź nazwa miasta. Materiały poligraficzne drukowane w kolorze wraz z logo bądź nazwą miasta w ilości minimum: ulotki 3 000 szt, plakaty 1 000 szt, bannery reklamowe 1 szt, foldery informacyjne 500 szt. W przypadku plakatów miasto wskaże miejsca ekspozycji materiałów (słupy reklamowe, tablice ogłoszeniowe), które są do dyspozycji miasta. Dystrybucja i ekspozycja materiałów odbędzie się podczas organizowanej w Gdańsku/Sopotie finału LS 2011</p>	<p>lipiec</p>	I	12 000

World Grand Prix 2011 (Gdynia)	opracowanie projektów, realizacja, produkcja i dystrybucja materiałów drukowanych (w tym plakatów, ulotek i innych materiałów poligraficznych) gdzie będzie ekspozycja logo bądź nazwa miasta. Materiały poligraficzne drukowane w kolorze wraz z logo bądź nazwą miasta w ilości minimum: ulotki 3 000 szt, plakaty 1 000 szt, bannery reklamowe 1 szt, foldery informacyjne 500 szt. W przypadku plakatów miasto wskaże miejsca ekspozycji materiałów (stupy reklamowe, tablice ogłoszeniowe), które są do dyspozycji miasta. Dystrybucja i ekspozycja materiałów odbędzie się podczas organizowanej w Gdyni edycji WGP 2011	sierpień	II	35 000
SPOTY RADIOWE				
Liga Światowa 2011 (Łódź)	opracowanie koncepcji, realizacja, produkcja i emisja spotów radiowych wraz z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014 podczas organizacji LŚ 2011 w Łodzi. Emisja spotów w radiu ogólnopolskim min. 30 spotów, oraz w stacjach radiowych lokalnych min. 50 spotów	czerwiec/lipiec	I	12 000
Liga Światowa 2011 (Katowice)	opracowanie koncepcji, realizacja, produkcja i emisja spotów radiowych wraz z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014 podczas organizacji LŚ 2011 w Katowicach. Emisja spotów w radiu ogólnopolskim min. 30 spotów, oraz w stacjach radiowych lokalnych min. 50 spotów	czerwiec/lipiec	I	12 000
Liga Światowa 2011 (Płock)	opracowanie koncepcji, realizacja, produkcja i emisja spotów radiowych wraz z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014 podczas organizacji LŚ 2011 w Płocku. Emisja spotów w radiu ogólnopolskim min. 30 spotów, oraz w stacjach radiowych lokalnych min. 50 spotów	czerwiec/lipiec	I	12 000
Final Ligi Światowej 2011 (Gdańsk/Sopot)	opracowanie koncepcji, realizacja, produkcja i emisja spotów radiowych wraz z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014 podczas organizacji finału LŚ 2011 w Gdańsku/Sopocie. Emisja spotów w radiu ogólnopolskim min. 30 spotów, oraz w stacjach radiowych lokalnych min. 50 spotów	lipiec	I	30 000
World Grand Prix 2011 (Gdynia)	opracowanie koncepcji, realizacja, produkcja i emisja spotów radiowych wraz z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014 podczas organizacji WGP 2011 w Gdyni. Emisja spotów w radiu ogólnopolskim min. 30 spotów, oraz w stacjach radiowych lokalnych min. 50 spotów	sierpień	II	35 000
REKLAMA DŹWIĘKOWA				
Liga Światowa 2011 (Łódź)	emisja reklamy dźwiękowej z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014, emisja reklamy podczas wszystkich meczów w ramach edycji LŚ organizowanych w Łodzi. Reklama dźwiękowa emitowana min. 5 razy w ciągu jednego meczu.	czerwiec/lipiec	I	1 500

Liga Światowa 2011 (Katowice)	emisja reklamy dźwiękowej z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014, emisja reklamy podczas wszystkich meczów w ramach edycji LŚ organizowanych w Katowicach. Reklama dźwiękowa emitowana min. 5 razy w ciągu jednego meczu.	czerwiec/lipiec	I	1 500
Liga Światowa 2011 (Płock)	emisja reklamy dźwiękowej z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014, emisja reklamy podczas wszystkich meczów w ramach edycji LŚ organizowanych w Płocku. Reklama dźwiękowa emitowana min. 5 razy w ciągu jednego meczu.	czerwiec/lipiec	I	1 500
Final Ligi Światowej 2011 (Gdańsk/Sopot)	emisja reklamy dźwiękowej z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014, emisja reklamy podczas wszystkich meczów w ramach finału LŚ organizowanego w Gdańsku/Sopocie. Reklama dźwiękowa emitowana min. 5 razy w ciągu jednego meczu.	lipiec	I	2 500
World Grand Prix 2011 (Gdynia)	emisja reklamy dźwiękowej z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014, emisja reklamy podczas wszystkich meczów w ramach edycji WGP organizowanego w Gdyni. Reklama dźwiękowa emitowana min. 5 razy w ciągu jednego meczu.	sierpień	II	2 500
	ZAPOWIEDŹ PRZEZ SPIKERA			
Liga Światowa 2011 (Łódź)	zapowiedź przez spikera z informacją, że Łódź jest gospodarzem MŚ 2014 podczas edycji LŚ 2011 w Łodzi minimum 3 razy na mecz	czerwiec/lipiec	I	1 000
Liga Światowa 2011 (Katowice)	zapowiedź przez spikera z informacją, że Łódź jest gospodarzem MŚ 2014 podczas edycji LŚ 2011 w Katowicach minimum 3 razy na mecz	czerwiec/lipiec	I	1 000
Liga Światowa 2011 (Płock)	zapowiedź przez spikera z informacją, że Łódź jest gospodarzem MŚ 2014 podczas edycji LŚ 2011 w Płocku minimum 3 razy na mecz	czerwiec/lipiec	I	1 000
Final Ligi Światowej 2011 (Gdańsk/Sopot)	zapowiedź przez spikera z informacją, że Łódź jest gospodarzem MŚ 2014 podczas finału LŚ 2011 w Gdańsku/Sopocie minimum 3 razy na mecz	lipiec	I	2 000
World Grand Prix 2011 (Gdynia)	zapowiedź przez spikera z informacją, że Łódź jest gospodarzem MŚ 2014 podczas edycji WGP 2011 w Gdyni minimum 3 razy na mecz	sierpień	II	2 500
	FILM PROMOCYJNY			

Liga Światowa 2011 (Łódź)	opracowanie, produkcja i emisja filmu promującego MŚ 2014 wraz z uwzględnieniem logo miasta. Emisja filmu odbędzie się na specjalnie ustawionym telebimie podczas LS 2011 w Łodzi. Częstotliwość emisji filmu co najmniej 5 razy w ciągu meczu.	czerwiec/lipiec	I	3 000
Liga Światowa 2011 (Katowice)	opracowanie, produkcja i emisja filmu promującego MŚ 2014 wraz z uwzględnieniem logo miasta. Emisja filmu odbędzie się na specjalnie ustawionym telebimie podczas LS 2011 w Katowicach. Częstotliwość emisji filmu co najmniej 5 razy w ciągu meczu.	czerwiec/lipiec	I	3 000
Final Ligi Światowej 2011 (Gdańsk/Sopot)	opracowanie, produkcja i emisja filmu promującego MŚ 2014 wraz z uwzględnieniem logo miasta. Emisja filmu odbędzie się na specjalnie ustawionym telebimie podczas finału LS 2011 w Katowicach. Częstotliwość emisji filmu co najmniej 5 razy w ciągu meczu.	lipiec	I	6 000
POT (Polska, Europa, świat)	POT promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014 podczas realizacji kampanii promocyjnej we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną na terenie Polski, Europy i całego świata. Kampania promocyjna wraz z POT polegać będzie na: promocji w mediach, produkcji materiałów poligraficznych, produkcji gadżetów, stoisk promocyjnych	od dnia trwania umowy do listopada	II	80 000
INTERNET	INTERNET promocja miasta Łódź jako gospodarza MŚ 2014 minimum na stronie www.pzps.pl oraz na specjalnie utworzonej stronie poświęconej MŚ 2014	od dnia trwania umowy do listopada	II	25 000
PIKNIK SIATKARSKI	PIKNIK SIATKARSKI opracowanie koncepcji i realizacja imprezy siatkarskiej w Gdańsku/Sopotcie gdzie odbędzie się promocja miasta Łódź jako gospodarza MŚ 2014 poprzez stoisko promocyjne, materiały poligraficzne, reklamę dźwiękową i promocję w mediach	od dnia trwania umowy do listopada	II	30 000
AKCJA SPOŁECZNA	AKCJA SPOŁECZNA opracowanie koncepcji i realizacja akcji społecznej w mieście Łódź gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014. Akcje społeczne przeprowadzone m.in. w szkołach bądź innych ośrodkach. Promocja poprzez działania w mediach, w internecie, materiałach poligraficznych,	od dnia trwania umowy do listopada	II	40 000

SUMA		I	400 000
SUMA		II	400 000
RAZEM ROK 2011			800 000

Działania promocyjne planowane do realizacji w roku 2012

MIEJSCE	ZADANIE	OKRES REALIZACJI	ETAP	KWOTA
	BANDY ELEKTRONICZNE			
Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)	emisja logo bądź nazwy miasta Łódź podczas meczów Ligi Światowej organizowanych w ramach edycji LS 2012, transmitowanych w telewizji. (Emisja logo bądź nazwy miasta Łódź min 1% czasu reklamowego).	czerwiec/lipiec	III	45 000
Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)	emisja logo bądź nazwy miasta Łódź podczas meczów Ligi Światowej organizowanych w ramach edycji LS 2012, transmitowanych w telewizji. (Emisja logo bądź nazwy miasta Łódź min 1% czasu reklamowego).	czerwiec/lipiec	III	45 000
Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)	emisja logo bądź nazwy miasta Łódź podczas meczów Ligi Światowej organizowanych w ramach edycji LS 2012, transmitowanych w telewizji. (Emisja logo bądź nazwy miasta Łódź min 1% czasu reklamowego).	czerwiec/lipiec	III	45 000
World Grand Prix 2012 (miasto do potwierdzenia)	emisja logo bądź nazwy miasta Łódź podczas meczów World Grand Prix organizowanego w ramach edycji WGP 2012, transmitowanych w telewizji. (Emisja logo bądź nazwy miasta Łódź min 1% czasu reklamowego).	sierpień	IV	75 000

STOISKO PROMOCYJNO - REKLAMOWE				
Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)	stoisko promocyjno - reklamowe - opracowanie koncepcji ustawienia stoiska reklamowego podczas LŚ 2012, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014. Na stoisku będzie ekspozycja logo miasta, dystrybucja materiałów promocyjnych dotyczących miasta i informacji o imprezie MŚ 2014. Materiały promocyjno - reklamowe dostarczone będą zarówno przez miasto, jak i organizatora. Powierzchnia reklamowa stoiska będzie nie mniejsza niż 20 m2 wraz z produkcją stoiska	czerwiec/lipiec	III	4 500
Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)	stoisko promocyjno - reklamowe - opracowanie koncepcji ustawienia stoiska reklamowego podczas LŚ 2012, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014. Na stoisku będzie ekspozycja logo miasta, dystrybucja materiałów promocyjnych dotyczących miasta i informacji o imprezie MŚ 2014. Materiały promocyjno - reklamowe dostarczone będą zarówno przez miasto, jak i organizatora. Powierzchnia reklamowa stoiska będzie nie mniejsza niż 20 m2 wraz z produkcją stoiska	czerwiec/lipiec	III	4 500
Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)	stoisko promocyjno - reklamowe - opracowanie koncepcji ustawienia stoiska reklamowego podczas LŚ 2012, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014. Na stoisku będzie ekspozycja logo miasta, dystrybucja materiałów promocyjnych dotyczących miasta i informacji o imprezie MŚ 2014. Materiały promocyjno - reklamowe dostarczone będą zarówno przez miasto, jak i organizatora. Powierzchnia reklamowa stoiska będzie nie mniejsza niż 20 m2 wraz z produkcją stoiska	czerwiec/lipiec	III	4 500
World Grand Prix 2012 (miasto do potwierdzenia)	stoisko promocyjno - reklamowe - opracowanie koncepcji ustawienia stoiska reklamowego podczas WGP 2012, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014. Na stoisku będzie ekspozycja logo miasta, dystrybucja materiałów promocyjnych dotyczących miasta i informacji o imprezie MŚ 2014. Materiały promocyjno - reklamowe dostarczone będą zarówno przez miasto, jak i organizatora. Powierzchnia reklamowa stoiska będzie nie mniejsza niż 20 m2 wraz z produkcją stoiska	sierpień	IV	8 000
POLIGRAFIA				

<p>Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)</p>	<p>opracowanie projektów, realizacja, produkcja i dystrybucja materiałów drukowanych (w tym plakatów, ulotek i innych materiałów poligraficznych) gdzie będzie ekspozycja logo bądź nazwa miasta. Materiały poligraficzne drukowane w kolorze wraz z logo bądź nazwą miasta w ilości minimum: ulotki 3 000 szt, plakaty 1 000 szt, bannery reklamowe 1 szt, foldery informacyjne 500 szt. W przypadku plakatów miasto wskaże miejsca ekspozycji materiałów (słupy reklamowe, tablice ogłoszeniowe), które są do dyspozycji miasta. Dystrybucja i ekspozycja materiałów odbędzie się podczas organizowanej edycji LS 2012</p>	<p>czerwiec/lipiec</p>	<p>III</p>	<p>10 000</p>
<p>Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)</p>	<p>opracowanie projektów, realizacja, produkcja i dystrybucja materiałów drukowanych (w tym plakatów, ulotek i innych materiałów poligraficznych) gdzie będzie ekspozycja logo bądź nazwa miasta. Materiały poligraficzne drukowane w kolorze wraz z logo bądź nazwą miasta w ilości minimum: ulotki 3 000 szt, plakaty 1 000 szt, bannery reklamowe 1 szt, foldery informacyjne 500 szt. W przypadku plakatów miasto wskaże miejsca ekspozycji materiałów (słupy reklamowe, tablice ogłoszeniowe), które są do dyspozycji miasta. Dystrybucja i ekspozycja materiałów odbędzie się podczas organizowanej edycji LS 2012</p>	<p>czerwiec/lipiec</p>	<p>III</p>	<p>10 000</p>
<p>Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)</p>	<p>opracowanie projektów, realizacja, produkcja i dystrybucja materiałów drukowanych (w tym plakatów, ulotek i innych materiałów poligraficznych) gdzie będzie ekspozycja logo bądź nazwa miasta. Materiały poligraficzne drukowane w kolorze wraz z logo bądź nazwą miasta w ilości minimum: ulotki 3 000 szt, plakaty 1 000 szt, bannery reklamowe 1 szt, foldery informacyjne 500 szt. W przypadku plakatów miasto wskaże miejsca ekspozycji materiałów (słupy reklamowe, tablice ogłoszeniowe), które są do dyspozycji miasta. Dystrybucja i ekspozycja materiałów odbędzie się podczas organizowanej edycji LS 2012</p>	<p>czerwiec/lipiec</p>	<p>III</p>	<p>10 000</p>
<p>World Grand Prix 2012 (miasto do potwierdzenia)</p>	<p>opracowanie projektów, realizacja, produkcja i dystrybucja materiałów drukowanych (w tym plakatów, ulotek i innych materiałów poligraficznych) gdzie będzie ekspozycja logo bądź nazwa miasta. Materiały poligraficzne drukowane w kolorze wraz z logo bądź nazwą miasta w ilości minimum: ulotki 3 000 szt, plakaty 1 000 szt, bannery reklamowe 1 szt, foldery informacyjne 500 szt. W przypadku plakatów miasto wskaże miejsca ekspozycji materiałów (słupy reklamowe, tablice ogłoszeniowe), które są do dyspozycji miasta. Dystrybucja i ekspozycja materiałów odbędzie się podczas organizowanej edycji WGP 2012</p>	<p>sierpień</p>	<p>IV</p>	<p>15 000</p>
<p>SPOTY RADIOWE</p>				

Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie koncepcji, realizacja, produkcja i emisja spotów radiowych wraz z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014 podczas organizacji LŚ 2012. Emisja spotów w radiu ogólnopolskim min. 30 spotów, oraz w stacjach radiowych lokalnych min. 50 spotów	czerwiec/lipiec	III	20 000
Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie koncepcji, realizacja, produkcja i emisja spotów radiowych wraz z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014 podczas organizacji LŚ 2012. Emisja spotów w radiu ogólnopolskim min. 30 spotów, oraz w stacjach radiowych lokalnych min. 50 spotów	czerwiec/lipiec	III	20 000
Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie koncepcji, realizacja, produkcja i emisja spotów radiowych wraz z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014 podczas organizacji LŚ 2012. Emisja spotów w radiu ogólnopolskim min. 30 spotów, oraz w stacjach radiowych lokalnych min. 50 spotów	czerwiec/lipiec	III	20 000
World Grand Prix 2012 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie koncepcji, realizacja, produkcja i emisja spotów radiowych wraz z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014 podczas organizacji WGP 2012. Emisja spotów w radiu ogólnopolskim min. 30 spotów, oraz w stacjach radiowych lokalnych min. 50 spotów	sierpień	IV	30 000
REKLAMA DŹWIĘKOWA				
Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)	emisja reklamy dźwiękowej z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014, emisja reklamy podczas wszystkich meczów w ramach edycji LŚ 2012. Reklama dźwiękowa emitowana min. 5 razy w ciągu jednego meczu.	czerwiec/lipiec	III	1 500
Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)	emisja reklamy dźwiękowej z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014, emisja reklamy podczas wszystkich meczów w ramach edycji LŚ 2012. Reklama dźwiękowa emitowana min. 5 razy w ciągu jednego meczu.	czerwiec/lipiec	III	1 500
Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)	emisja reklamy dźwiękowej z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014, emisja reklamy podczas wszystkich meczów w ramach edycji LŚ 2012. Reklama dźwiękowa emitowana min. 5 razy w ciągu jednego meczu.	czerwiec/lipiec	III	1 500
World Grand Prix 2012 (miasto do potwierdzenia)	emisja reklamy dźwiękowej z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014, emisja reklamy podczas wszystkich meczów w ramach edycji WGP 2012. Reklama dźwiękowa emitowana min. 5 razy w ciągu jednego meczu.	sierpień	IV	2 500
ZAPOWIEDŹ PRZEZ SPIKERA				

Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)	zapowiedź przez spikera z informacją, że Łódź jest gospodarzem MŚ 2014 podczas edycji LŚ 2012 minimum 3 razy na mecz	czerwiec/lipiec	III	1 000
Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)	zapowiedź przez spikera z informacją, że Łódź jest gospodarzem MŚ 2014 podczas edycji LŚ 2012 minimum 3 razy na mecz	czerwiec/lipiec	III	1 000
Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)	zapowiedź przez spikera z informacją, że Łódź jest gospodarzem MŚ 2014 podczas edycji LŚ 2012 minimum 3 razy na mecz	czerwiec/lipiec	III	1 000
World Grand Prix 2012 (miasto do potwierdzenia)	zapowiedź przez spikera z informacją, że Łódź jest gospodarzem MŚ 2014 podczas edycji WGP 2012 minimum 3 razy na mecz	sierpień	IV	1 500
FILM PROMOCYJNY				
Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)	emisja filmu promującego MŚ 2014 wraz z uwzględnieniem logo miasta. Emisja filmu odbędzie się na specjalnie ustawionym telebimie podczas LŚ 2012. Częstotliwość emisji filmu co najmniej 5 razy w ciągu meczu.	czerwiec/lipiec	III	2 000
Liga Światowa 2012 (miasto do potwierdzenia)	emisja filmu promującego MŚ 2014 wraz z uwzględnieniem logo miasta. Emisja filmu odbędzie się na specjalnie ustawionym telebimie podczas LŚ 2012. Częstotliwość emisji filmu co najmniej 5 razy w ciągu meczu.	czerwiec/lipiec	III	2 000
POT				
POT (Polska, Europa, świat)	promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014 podczas realizacji kampanii promocyjnej we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną na terenie Polski, Europy i całego świata. Kampania promocyjna wraz z POT polegać będzie na: promocji w mediach, produkcji materiałów poligraficznych, produkcji gadżetów, stoisk promocyjnych	do listopada	IV	50 000
INTERNET				
INTERNET	promocja miasta Łódź jako gospodarza MŚ 2014 minimum na stronie www.pzps.pl oraz na specjalnie utworzonej stronie poświęconej MŚ 2014	do listopada	IV	25 000

PIKNIK SIATKARSKI					
PIKNIK SIATKARSKI (miasto do potwierdzenia)	opracowanie koncepcji i realizacja imprezy siatkarskiej gdzie odbędzie się promocja miasta Łódź jako gospodarza MS 2014 poprzez stoisko promocyjne, materiały poligraficzne, reklamę dźwiękową i promocję w mediach	do listopada	IV	18 000	
AKCJA SPOŁECZNA					
AKCJA SPOŁECZNA	opracowanie koncepcji i realizacja akcji społecznej w mieście Łódź gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014. Akcje społeczne przeprowadzone m.in. w szkołach bądź innych ośrodkach. Promocja poprzez działania w mediach, w internecie, materiałach poligraficznych,	do listopada	IV	25 000	
SUMA			III	250 000	
SUMA			IV	250 000	
RAZEM ROK 2012				500 000	

Działania promocyjne planowane do realizacji w roku 2013

MIEJSCE	ZADANIE	OKRES REALIZACJI	ETAP	KWOTA
BANDY ELEKTRONICZNE				
Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	emisja logo bądź nazwy miasta Łódź podczas meczów Ligi Światowej organizowanych w ramach edycji LS 2013, transmitowanych w telewizji. (Emisja logo bądź nazwy miasta Łódź min 1% czasu reklamowego).	czerwiec/lipiec	V	120 000

Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	emisja logo bądź nazwy miasta Łódź podczas meczów Ligi Światowej organizowanych w ramach edycji LŚ 2013, transmitowanych w telewizji. (Emisja logo bądź nazwy miasta Łódź min 1% czasu reklamowego).	czerwiec/lipiec	V	120 000
Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	emisja logo bądź nazwy miasta Łódź podczas meczów Ligi Światowej organizowanych w ramach edycji LŚ 2013, transmitowanych w telewizji. (Emisja logo bądź nazwy miasta Łódź min 1% czasu reklamowego).	czerwiec/lipiec	V	120 000
World Grand Prix 2013 (miasto do potwierdzenia)	emisja logo bądź nazwy miasta Łódź podczas meczów World Grand Prix organizowanego w ramach edycji WGP 2013, transmitowanych w telewizji. (Emisja logo bądź nazwy miasta Łódź min 1% czasu reklamowego).	sierpień	VI	130 000
Mistrzostwa Europy Mężczyzn (Gdańsk/Sopot)	emisja logo bądź nazwy miasta Łódź podczas meczów Mistrzostw Europy Mężczyzn organizowanych w 2013, transmitowanych w telewizji. (Emisja logo bądź nazwy miasta Łódź min 1% czasu reklamowego).	wrzesień	VI	280 000
STOISKO PROMOCYJNO - REKLAMOWE				
Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	stoisko promocyjno - reklamowe - opracowanie koncepcji ustawienia stoiska reklamowego podczas LŚ 2013, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014. Na stoisku będzie ekspozycja logo miasta, dystrybucja materiałów promocyjnych dotyczących miasta i informacji o imprezie MŚ 2014. Materiały promocyjno - reklamowe dostarczone będą zarówno przez miasto, jak i organizatora. Powierzchnia reklamowa stoiska będzie nie mniejsza niż 20 m2 wraz z produkcją stoiska	czerwiec/lipiec	V	12 000
Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	stoisko promocyjno - reklamowe - opracowanie koncepcji ustawienia stoiska reklamowego podczas LŚ 2013, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014. Na stoisku będzie ekspozycja logo miasta, dystrybucja materiałów promocyjnych dotyczących miasta i informacji o imprezie MŚ 2014. Materiały promocyjno - reklamowe dostarczone będą zarówno przez miasto, jak i organizatora. Powierzchnia reklamowa stoiska będzie nie mniejsza niż 20 m2 wraz z produkcją stoiska	czerwiec/lipiec	V	12 000

Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	stoisko promocyjno - reklamowe - opracowanie koncepcji ustawienia stoiska reklamowego podczas LS 2013, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014. Na stoisku będzie ekspozycja logo miasta, dystrybucja materiałów promocyjnych dotyczących miasta i informacji o imprezie MŚ 2014. Materiały promocyjno - reklamowe dostarczone będą zarówno przez miasto, jak i organizatora. Powierzchnia reklamowa stoiska będzie nie mniejsza niż 20 m2 wraz z produkcją stoiska	czerwiec/lipiec	V	12 000
World Grand Prix 2013 (miasto do potwierdzenia)	stoisko promocyjno - reklamowe - opracowanie koncepcji ustawienia stoiska reklamowego podczas WGP 2013, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014. Na stoisku będzie ekspozycja logo miasta, dystrybucja materiałów promocyjnych dotyczących miasta i informacji o imprezie MŚ 2014. Materiały promocyjno - reklamowe dostarczone będą zarówno przez miasto, jak i organizatora. Powierzchnia reklamowa stoiska będzie nie mniejsza niż 20 m2 wraz z produkcją stoiska	sierpień	VI	15 000
Mistrzostwa Europy Mężczyzn (Gdańsk/Sopot)	stoisko promocyjno - reklamowe - opracowanie koncepcji ustawienia stoiska reklamowego podczas ME 2013, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014. Na stoisku będzie ekspozycja logo miasta, dystrybucja materiałów promocyjnych dotyczących miasta i informacji o imprezie MŚ 2014. Materiały promocyjno - reklamowe dostarczone będą zarówno przez miasto, jak i organizatora. Powierzchnia reklamowa stoiska będzie nie mniejsza niż 20 m2 wraz z produkcją stoiska	wrzesień	VI	30 000
	POLIGRAFIA			
Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie projektów, realizacja, produkcja i dystrybucja materiałów drukowanych (w tym plakatów, ulotek i innych materiałów poligraficznych) gdzie będzie ekspozycja logo bądź nazwa miasta. Materiały poligraficzne drukowane w kolorze wraz z logo bądź nazwą miasta w ilości minimum: ulotki 3 000 szt, plakaty 1 000 szt, bannery reklamowe 1 szt, foldery informacyjne 500 szt. W przypadku plakatów miasto wskaże miejsca ekspozycji materiałów (stupy reklamowe, tablice ogłoszeniowe), które są do dyspozycji miasta. Dystrybucja i ekspozycja materiałów odbędzie się podczas organizowanej edycji LS 2013	czerwiec/lipiec	V	30 000

Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie projektów, realizacja, produkcja i dystrybucja materiałów drukowanych (w tym plakatów, ulotek i innych materiałów poligraficznych) gdzie będzie ekspozycja logo bądź nazwa miasta. Materiały poligraficzne drukowane w kolorze wraz z logo bądź nazwą miasta w ilości minimum: ulotki 3 000 szt, plakaty 1 000 szt, bannery reklamowe 1 szt, foldery informacyjne 500 szt. W przypadku plakatów miasto wskaże miejsca ekspozycji materiałów (stupy reklamowe, tablice ogłoszeniowe), które są do dyspozycji miasta. Dystrybucja i ekspozycja materiałów odbędzie się podczas organizowanej edycji LS 2013	czerwiec/lipiec	V	30 000
Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie projektów, realizacja, produkcja i dystrybucja materiałów drukowanych (w tym plakatów, ulotek i innych materiałów poligraficznych) gdzie będzie ekspozycja logo bądź nazwa miasta. Materiały poligraficzne drukowane w kolorze wraz z logo bądź nazwą miasta w ilości minimum: ulotki 3 000 szt, plakaty 1 000 szt, bannery reklamowe 1 szt, foldery informacyjne 500 szt. W przypadku plakatów miasto wskaże miejsca ekspozycji materiałów (stupy reklamowe, tablice ogłoszeniowe), które są do dyspozycji miasta. Dystrybucja i ekspozycja materiałów odbędzie się podczas organizowanej edycji LS 2013	czerwiec/lipiec	V	30 000
World Grand Prix 2013 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie projektów, realizacja, produkcja i dystrybucja materiałów drukowanych (w tym plakatów, ulotek i innych materiałów poligraficznych) gdzie będzie ekspozycja logo bądź nazwa miasta. Materiały poligraficzne drukowane w kolorze wraz z logo bądź nazwą miasta w ilości minimum: ulotki 3 000 szt, plakaty 1 000 szt, bannery reklamowe 1 szt, foldery informacyjne 500 szt. W przypadku plakatów miasto wskaże miejsca ekspozycji materiałów (stupy reklamowe, tablice ogłoszeniowe), które są do dyspozycji miasta. Dystrybucja i ekspozycja materiałów odbędzie się podczas organizowanej edycji WGP 2013	sierpień	VI	25 000
Mistrzostwa Europy Mężczyzn (Gdańsk/Sopot)	opracowanie projektów, realizacja, produkcja i dystrybucja materiałów drukowanych (w tym plakatów, ulotek i innych materiałów poligraficznych) gdzie będzie ekspozycja logo bądź nazwa miasta. Materiały poligraficzne drukowane w kolorze wraz z logo bądź nazwą miasta w ilości minimum: ulotki 3 000 szt, plakaty 1 000 szt, bannery reklamowe 1 szt, foldery informacyjne 500 szt. W przypadku plakatów miasto wskaże miejsca ekspozycji materiałów (stupy reklamowe, tablice ogłoszeniowe), które są do dyspozycji miasta. Dystrybucja i ekspozycja materiałów odbędzie się podczas ME 2013	wrzesień	VI	35 000
	SPOTY RADIOWE			

Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie koncepcji, realizacja, produkcja i emisja spotów radiowych wraz z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MS 2014 podczas organizacji LS 2013. Emisja spotów w radiu ogólnopolskim min. 30 spotów, oraz w stacjach radiowych lokalnych min. 50 spotów	czerwiec/lipiec	V	55 000
Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie koncepcji, realizacja, produkcja i emisja spotów radiowych wraz z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MS 2014 podczas organizacji LS 2013. Emisja spotów w radiu ogólnopolskim min. 30 spotów, oraz w stacjach radiowych lokalnych min. 50 spotów	czerwiec/lipiec	V	55 000
Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie koncepcji, realizacja, produkcja i emisja spotów radiowych wraz z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MS 2014 podczas organizacji LS 2013. Emisja spotów w radiu ogólnopolskim min. 30 spotów, oraz w stacjach radiowych lokalnych min. 50 spotów	czerwiec/lipiec	V	55 000
World Grand Prix 2013 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie koncepcji, realizacja, produkcja i emisja spotów radiowych wraz z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MS 2014 podczas organizacji WGP 2013. Emisja spotów w radiu ogólnopolskim min. 30 spotów, oraz w stacjach radiowych lokalnych min. 50 spotów	sierpień	VI	35 000
Mistrzostwa Europy Mężczyzn (Gdańsk/Sopot)	opracowanie koncepcji, realizacja, produkcja i emisja spotów radiowych wraz z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MS 2014 podczas organizacji ME 2013. Emisja spotów w radiu ogólnopolskim min. 30 spotów, oraz w stacjach radiowych lokalnych min. 50 spotów	wrzesień	VI	40 000
	REKLAMA DŹWIĘKOWA			
Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	emisja reklamy dźwiękowej z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014, emisja reklamy podczas wszystkich meczów w ramach edycji LS 2013. Reklama dźwiękowa emitowana min. 5 razy w ciągu jednego meczu.	czerwiec/lipiec	V	3 500
Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	emisja reklamy dźwiękowej z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014, emisja reklamy podczas wszystkich meczów w ramach edycji LS 2013. Reklama dźwiękowa emitowana min. 5 razy w ciągu jednego meczu.	czerwiec/lipiec	V	3 500
Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	emisja reklamy dźwiękowej z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014, emisja reklamy podczas wszystkich meczów w ramach edycji LS 2013. Reklama dźwiękowa emitowana min. 5 razy w ciągu jednego meczu.	czerwiec/lipiec	V	3 500

World Grand Prix 2013 (miasto do potwierdzenia)	emisja reklamy dźwiękowej z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014, emisja reklamy podczas wszystkich meczów w ramach edycji WGP 2013. Reklama dźwiękowa emitowana min. 5 razy w ciągu jednego meczu.	sierpień	VI	3 000
Mistrzostwa Europy Mężczyzn (Gdańsk/Sopot)	emisja reklamy dźwiękowej z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014, emisja reklamy podczas wszystkich meczów w ramach ME 2013. Reklama dźwiękowa emitowana min. 5 razy w ciągu jednego meczu.	wrzesień	VI	5 000
ZAPOWIEDŹ PRZEZ SPIKERA				
Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	zapowiedź przez spikera z informacją, że Łódź jest gospodarzem MŚ 2014 podczas edycji LS 2013 minimum 3 razy na mecz	czerwiec/lipiec	V	2 500
Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	zapowiedź przez spikera z informacją, że Łódź jest gospodarzem MŚ 2014 podczas edycji LS 2013 minimum 3 razy na mecz	czerwiec/lipiec	V	2 500
Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	zapowiedź przez spikera z informacją, że Łódź jest gospodarzem MŚ 2014 podczas edycji LS 2013 minimum 3 razy na mecz	czerwiec/lipiec	V	2 500
World Grand Prix 2013 (miasto do potwierdzenia)	zapowiedź przez spikera z informacją, że Łódź jest gospodarzem MŚ 2014 podczas edycji WGP 2013 minimum 3 razy na mecz	sierpień	VI	2 000
Mistrzostwa Europy Mężczyzn (Gdańsk/Sopot)	zapowiedź przez spikera z informacją, że Łódź jest gospodarzem MŚ 2014 podczas ME 2013 minimum 2 razy na mecz	wrzesień	VI	3 000
FILM PROMOCYJNY				
Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	emisja filmu promującego MŚ 2014 wraz z uwzględnieniem logo miasta. Emisja filmu odbędzie się na specjalnie ustawionym telebimie podczas LS 2013. Częstotliwość emisji filmu co najmniej 5 razy w ciągu meczu.	czerwiec/lipiec	V	8 000

Liga Światowa 2013 (miasto do potwierdzenia)	emisja filmu promującego MŚ 2014 wraz z uwzględnieniem logo miasta. Emisja filmu odbędzie się na specjalnie ustawionym telebimie podczas LŚ 2013. Częstotliwość emisji filmu co najmniej 5 razy w ciągu meczu.	czerwiec/lipiec	V	8 000
POT	POT			
POT (Polska, Europa, świat)	promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014 podczas realizacji kampanii promocyjnej we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną na terenie Polski, Europy i całego świata. Kampania promocyjna wraz z POT polegać będzie na: promocji w mediach, produkcji materiałów poligraficznych, produkcji gadżetów, stoisk promocyjnych	do listopada	VI	110 000
INTERNET	INTERNET			
INTERNET	promocja miasta Łódź jako gospodarza MŚ 2014 minimum na stronie www.pzps.pl oraz na specjalnie utworzonej stronie poświęconej MŚ 2014	do listopada	VI	60 000
PIKNIK SIATKARSKI (miasto do potwierdzenia)	PIKNIK SIATKARSKI			
PIKNIK SIATKARSKI (miasto do potwierdzenia)	opracowanie koncepcji i realizacja imprezy siatkarskiej gdzie odbędzie się promocja miasta Łódź jako gospodarza MŚ 2014 poprzez stoisko promocyjne, materiały poligraficzne, reklamę dźwiękową i promocję w mediach	do listopada	VI	22 000
AKCJA SPOLECZNA	AKCJA SPOLECZNA			
AKCJA SPOLECZNA	opracowanie koncepcji i realizacja akcji społecznej w mieście Łódź gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014. Akcje społeczne przeprowadzone m.in. w szkołach bądź innych ośrodkach. Promocja poprzez działania w mediach, w internecie, materiałach poligraficznych,	do listopada	VI	40 000
LOSOWANIE GRUP MŚ 2013 (miasto do potwierdzenia)	LOSOWANIE GRUP MŚ 2013			
LOSOWANIE GRUP MŚ 2013 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie koncepcji i realizacja działań promocyjnych na rzecz miasta podczas uroczystej gali „Losowanie grup MŚ 2014”	czerwiec	V	70 000
MINI MISTRZOSTWA ŚWIATA	MINI MISTRZOSTWA ŚWIATA			

MINI MISTRZOSTWA ŚWIATA (Łódź)	opracowanie koncepcji i realizacja imprezy siatkarskiej Mini Mistrzostwa Świata w siatkówce, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014, impreza dla wszystkich mieszkańców i miłośników siatkówki. Emisja filmu, dystrybucja materiałów promocyjnych z uwzględnieniem logo miasta	czerwiec	V	80 000
SUMA			V	835 000
SUMA			VI	835 000
RAZEM 2013 ROK				1 670 000

Działania promocyjne planowane do realizacji w roku 2014

MIEJSCE	ZADANIE	OKRES REALIZACJI	ETAP	KWOTA
	BANDY ELEKTRONICZNE			
Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	emisja logo bądź nazwy miasta Łódź podczas meczów Ligi Światowej organizowanych w ramach edycji LS 2014, transmitowanych w telewizji. (Emisja logo bądź nazwy miasta Łódź min 1% czasu reklamowego).	czerwiec/lipiec	VII	240 000
Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	emisja logo bądź nazwy miasta Łódź podczas meczów Ligi Światowej organizowanych w ramach edycji LS 2014, transmitowanych w telewizji. (Emisja logo bądź nazwy miasta Łódź min 1% czasu reklamowego).	czerwiec/lipiec	VII	240 000

Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	emisja logo bądź nazwy miasta Łódź podczas meczów Ligi Światowej organizowanych w ramach edycji LS 2014, transmitowanych w telewizji. (Emisja logo bądź nazwy miasta Łódź min 1% czasu reklamowego).	czerwiec/lipiec	VII	240 000
World Grand Prix 2014 (miasto do potwierdzenia)	emisja logo bądź nazwy miasta Łódź podczas meczów World Grand Prix organizowanego w ramach edycji WGP 2014, transmitowanych w telewizji. (Emisja logo bądź nazwy miasta Łódź min 1% czasu reklamowego).	sierpień	VIII	130 000
Mistrzostwa Świata 2014	emisja logo bądź nazwy miasta Łódź podczas meczów Mistrzostw Świata organizowanych w Łodzi, transmitowanych w telewizji. (Emisja logo bądź nazwy miasta Łódź min 1% czasu reklamowego).	wrzesień/ październik	VIII	750 000
	STOISKO PROMOCYJNO - REKLAMOWE			
Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	stoisko promocyjno - reklamowe - opracowanie koncepcji ustawienia stoiska reklamowego podczas LS 2014, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MS 2014. Na stoisku będzie ekspozycja logo miasta, dystrybucja materiałów promocyjnych dotyczących miasta i informacji o imprezie MS 2014. Materiały promocyjno - reklamowe dostarczone będą zarówno przez miasto, jak i organizatora. Powierzchnia reklamowa stoiska będzie nie mniejsza niż 20 m2 wraz z produkcją stoiska	czerwiec/lipiec	VII	33 000
Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	stoisko promocyjno - reklamowe - opracowanie koncepcji ustawienia stoiska reklamowego podczas LS 2014, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MS 2014. Na stoisku będzie ekspozycja logo miasta, dystrybucja materiałów promocyjnych dotyczących miasta i informacji o imprezie MS 2014. Materiały promocyjno - reklamowe dostarczone będą zarówno przez miasto, jak i organizatora. Powierzchnia reklamowa stoiska będzie nie mniejsza niż 20 m2 wraz z produkcją stoiska	czerwiec/lipiec	VII	33 000
Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	stoisko promocyjno - reklamowe - opracowanie koncepcji ustawienia stoiska reklamowego podczas LS 2014, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MS 2014. Na stoisku będzie ekspozycja logo miasta, dystrybucja materiałów promocyjnych dotyczących miasta i informacji o imprezie MS 2014. Materiały promocyjno - reklamowe dostarczone będą zarówno przez miasto, jak i organizatora. Powierzchnia reklamowa stoiska będzie nie mniejsza niż 20 m2 wraz z produkcją stoiska	czerwiec/lipiec	VII	33 000

World Grand Prix 2014 (miasto do potwierdzenia)	stoisko promocyjne - reklamowe - opracowanie koncepcji ustawienia stoiska reklamowego podczas WGP 2014, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014. Na stoisku będzie ekspozycja logo miasta, dystrybucja materiałów promocyjnych dotyczących miasta i informacji o imprezie MŚ 2014. Materiały promocyjne - reklamowe dostarczone będą zarówno przez miasto, jak i organizatora. Powierzchnia reklamowa stoiska będzie nie mniejsza niż 20 m2 wraz z produkcją stoiska	sierpień	VIII	15 000
POLIGRAFIA				
Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie projektów, realizacja, produkcja i dystrybucja materiałów drukowanych (w tym plakatów, ulotek i innych materiałów poligraficznych) gdzie będzie ekspozycja logo bądź nazwa miasta. Materiały poligraficzne drukowane w kolorze wraz z logo bądź nazwą miasta w ilości minimum: ulotki 3 000 szt, plakaty 1 000 szt, bannery reklamowe 1 szt, foldery informacyjne 500 szt. W przypadku plakatów miasto wskaże miejsca ekspozycji materiałów (stupy reklamowe, tablice ogłoszeniowe), które są do dyspozycji miasta. Dystrybucja i ekspozycja materiałów odbędzie się podczas organizowanej edycji LS 2014	czerwiec/lipiec	VII	80 000
Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie projektów, realizacja, produkcja i dystrybucja materiałów drukowanych (w tym plakatów, ulotek i innych materiałów poligraficznych) gdzie będzie ekspozycja logo bądź nazwa miasta. Materiały poligraficzne drukowane w kolorze wraz z logo bądź nazwą miasta w ilości minimum: ulotki 3 000 szt, plakaty 1 000 szt, bannery reklamowe 1 szt, foldery informacyjne 500 szt. W przypadku plakatów miasto wskaże miejsca ekspozycji materiałów (stupy reklamowe, tablice ogłoszeniowe), które są do dyspozycji miasta. Dystrybucja i ekspozycja materiałów odbędzie się podczas organizowanej edycji LS 2014	czerwiec/lipiec	VII	80 000
Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie projektów, realizacja, produkcja i dystrybucja materiałów drukowanych (w tym plakatów, ulotek i innych materiałów poligraficznych) gdzie będzie ekspozycja logo bądź nazwa miasta. Materiały poligraficzne drukowane w kolorze wraz z logo bądź nazwą miasta w ilości minimum: ulotki 3 000 szt, plakaty 1 000 szt, bannery reklamowe 1 szt, foldery informacyjne 500 szt. W przypadku plakatów miasto wskaże miejsca ekspozycji materiałów (stupy reklamowe, tablice ogłoszeniowe), które są do dyspozycji miasta. Dystrybucja i ekspozycja materiałów odbędzie się podczas organizowanej edycji LS 2014	czerwiec/lipiec	VII	80 000

World Grand Prix 2014 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie projektów, realizacja, produkcja i dystrybucja materiałów drukowanych (w tym plakatów, ulotek i innych materiałów poligraficznych) gdzie będzie ekspozycja logo bądź nazwa miasta. Materiały poligraficzne drukowane w kolorze wraz z logo bądź nazwą miasta w ilości minimum: ulotki 3 000 szt., plakaty 1 000 szt., bannery reklamowe 1 szt, foldery informacyjne 500 szt. W przypadku plakatów miasto wskaże miejsca ekspozycji materiałów (słupy reklamowe, tablice ogłoszeniowe), które są do dyspozycji miasta. Dystrybucja i ekspozycja materiałów odbędzie się podczas organizowanej edycji WGP 2014	sierpień	VIII	60 000
	SPOTY RADIOWE			
Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie koncepcji, realizacja, produkcja i emisja spotów radiowych wraz z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MS 2014 podczas organizacji LŚ 2014. Emisja spotów w radiu ogólnopolskim min. 30 spotów, oraz w stacjach radiowych lokalnych min. 50 spotów	czerwiec/lipiec	VII	205 000
Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie koncepcji, realizacja, produkcja i emisja spotów radiowych wraz z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014 podczas organizacji LŚ 2014. Emisja spotów w radiu ogólnopolskim min. 30 spotów, oraz w stacjach radiowych lokalnych min. 50 spotów	czerwiec/lipiec	VII	205 000
Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie koncepcji, realizacja, produkcja i emisja spotów radiowych wraz z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MS 2014 podczas organizacji LŚ 2014. Emisja spotów w radiu ogólnopolskim min. 30 spotów, oraz w stacjach radiowych lokalnych min. 50 spotów	czerwiec/lipiec	VII	205 000
World Grand Prix 2014 (miasto do potwierdzenia)	opracowanie koncepcji, realizacja, produkcja i emisja spotów radiowych wraz z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014 podczas organizacji WGP 2014. Emisja spotów w radiu ogólnopolskim min. 30 spotów, oraz w stacjach radiowych lokalnych min. 50 spotów	sierpień	VIII	130 000
	REKLAMA DŹWIĘKOWA			
Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	emisja reklamy dźwiękowej z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014, emisja reklamy podczas wszystkich meczów w ramach edycji LŚ 2014. Reklama dźwiękowa emitowana min. 5 razy w ciągu jednego meczu.	czerwiec/lipiec	VII	12 000
Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	emisja reklamy dźwiękowej z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014, emisja reklamy podczas wszystkich meczów w ramach edycji LŚ 2014. Reklama dźwiękowa emitowana min. 5 razy w ciągu jednego meczu.	czerwiec/lipiec	VII	12 000

Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	emisja reklamy dźwiękowej z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014, emisja reklamy podczas wszystkich meczów w ramach edycji LŚ 2014. Reklama dźwiękowa emitowana min. 5 razy w ciągu jednego meczu.	czerwiec/lipiec	VII	12 000
World Grand Prix 2014 (miasto do potwierdzenia)	emisja reklamy dźwiękowej z uwzględnieniem nazwy miasta jako gospodarza MŚ 2014, emisja reklamy podczas wszystkich meczów w ramach edycji WGP 2014. Reklama dźwiękowa emitowana min. 5 razy w ciągu jednego meczu.	sierpień	VIII	8 000
	ZAPOWIEDŹ PRZEZ SPIKERA			
Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	zapowiedź przez spikera z informacją, że Łódź jest gospodarzem MŚ 2014 podczas edycji LŚ 2014 minimum 3 razy na mecz	czerwiec/lipiec	VII	7 000
Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	zapowiedź przez spikera z informacją, że Łódź jest gospodarzem MŚ 2014 podczas edycji LŚ 2014 minimum 3 razy na mecz	czerwiec/lipiec	VII	7 000
Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	zapowiedź przez spikera z informacją, że Łódź jest gospodarzem MŚ 2014 podczas edycji LŚ 2014 minimum 3 razy na mecz	czerwiec/lipiec	VII	7 000
World Grand Prix 2014 (miasto do potwierdzenia)	zapowiedź przez spikera z informacją, że Łódź jest gospodarzem MŚ 2014 podczas edycji LŚ 2014 minimum 3 razy na mecz	sierpień	VIII	4 000
	FILM PROMOCYJNY			
Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	emisja filmu promującego MŚ 2014 wraz z uwzględnieniem logo miasta. Emisja filmu odbędzie się na specjalnie ustawionym telebimie podczas LŚ 2014. Częstotliwość emisji filmu co najmniej 5 razy w ciągu meczu.	czerwiec/lipiec	VII	25 000
Liga Światowa 2014 (miasto do potwierdzenia)	emisja filmu promującego MŚ 2014 wraz z uwzględnieniem logo miasta. Emisja filmu odbędzie się na specjalnie ustawionym telebimie podczas LŚ 2014. Częstotliwość emisji filmu co najmniej 5 razy w ciągu meczu.	czerwiec/lipiec	VII	25 000
	POT			

POT (Polska, Europa, świat)	promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014 podczas realizacji kampanii promocyjnej we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną na terenie Polski, Europy i całego świata. Kampania promocyjna wraz z POT polegać będzie na: promocji w mediach, produkcji materiałów poligraficznych, produkcji gadżetów, stoisk promocyjnych	do listopada	VIII	200 000
INTERNET	INTERNET promocja miasta Łódź jako gospodarza MŚ 2014 minimum na stronie www.pzps.pl oraz na specjalnie utworzonej stronie poświęconej MŚ 2014	do listopada	VIII	200 000
PIKNIK SIATKARSKI (miasto do potwierdzenia)	PIKNIK SIATKARSKI opracowanie koncepcji i realizacja imprezy siatkarskiej gdzie odbędzie się promocja miasta Łódź jako gospodarza MŚ 2014 poprzez stoisko promocyjne, materiały poligraficzne, reklamę dźwiękową i promocję w mediach	do listopada	VIII	28 000
AKCJA SPOLECZNA	AKCJA SPOLECZNA opracowanie koncepcji i realizacja akcji społecznej w mieście Łódź gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014. Akcje społeczne przeprowadzone m.in. w szkołach bądź innych ośrodkach. Promocja poprzez działania w mediach, w internecie, materiałach poligraficznych,	do listopada	VIII	35 000
MINI MISTRZOSTWA ŚWIATA (Katowice)	MINI MISTRZOSTWA ŚWIATA opracowanie koncepcji i realizacja imprezy siatkarskiej Mini Mistrzostwa Świata w siatkówce, gdzie odbędzie się promocja miasta jako gospodarza MŚ 2014, impreza dla wszystkich mieszkańców i miłośników siatkówki. Emisja filmu, dystrybucja materiałów promocyjnych z uwzględnieniem logo miasta	czerwiec	VII	219 000
POLSAT	POLSAT opracowanie i realizacja działań promocyjnych w telewizji POLSAT S.A. podczas emisji specjalnego programu telewizyjnego poświęconego Mistrzostwom Świata 2014. Podczas programu będzie emitowane logo bądź nazwa miasta Łódź	do listopada	VIII	190 000
POLSAT	POLSAT reklama w telewizji Polsat S.A. - emisja reklam z uwzględnieniem logo miasta Łódź	do listopada	VIII	190 000
KONFERENCJA PRASOWA	KONFERENCJA PRASOWA			

KONFERENCJA PRASOWA	ekspozycja logo miasta Łódź podczas organizowanych dwóch konferencji prasowych do listopada	VIII	60 000
SUMA		VII	2 000 000
SUMA		VIII	2 000 000
RAZEM ROK 2014			4 000 000
RAZEM ROK 2011-2014			6 970 000

MIASTO

WYKONAWCA