

MSTOURISM

industriální
pohraničí

marketingový plán kampaně

OBSAH

Úvodem	3
Čeho chceme dosáhnout aneb Cíle kampaně	5
Cílové skupiny	6
Lokalizace kampaně.....	7
Marketingová kampaň	8
Kreativita.....	9
Realizace kampaně.....	11
Koordinace, reporting a vyhodnocení kampaně	16
Témata komunikace kampaně.....	17

ÚVODEM

Marketingový plán kampaně je koncepční dokument, který navrhuje realizaci informačních, prezentačních a propagačních aktivit pro marketingovou kampaň projektu Industriální pohraničí – Stezka uhlí a oceli.

Smyslem kampaně je zvýšit povědomí o nové značce Industriální pohraničí a produktu cestovního ruchu Stezka uhlí a oceli, zvýšit zájem návštěvníků o vybrané industriální památky a atraktivitu a zvýšit návštěvnost atraktivit. Cílem kampaně je dosažení co největšího přeshraničního efektu.

Značka Industriální pohraničí zastřešuje komunikaci (je nadřazenou značkou) turistického produktu Stezka uhlí a oceli. Stezka uhlí a oceli propojuje 10 industriálních atraktivit na česko-polském pohraničí, které vznikly a byly propojeny díky projektu Postindustriální dědictví příhraničí. Předmětem projektu bylo / je zejména:

- Přeměna expozice Malého světa techniky U6 v Dolní oblasti Vítkovice v Ostravě
- Vytvoření expozice Carbonarium v Jastrzebie-Zdrój
- Zprovoznění návštěvnického centra v Dolní oblasti Vítkovice (v multifunkční aule Gong)
- Propojení dvou výše zmíněných a dalších osmi industriálních atraktivit (níže) do produktu cestovního ruchu Stezka uhlí a oceli
- Zajištění podpůrných služeb pro návštěvníky atraktivit v podobě „Science busů“ (propojení dvou hlavních atraktivit – Dolní oblasti Vítkovice/Ostrava a Carbonarium/Jastrzebie-Zdrój – pravidelnou autobusovou linkou)
- Zajištění akcí Industriáda (v Ostravě / DOV a Jastrzebie-Zdrój)

Harmonogram zprovoznění jednotlivých atraktivit a služeb projektu Postindustriální dědictví pohraničí

	02/2022	03/2022	04/2022	05/2022	06/2022	07/2022	08/2022	09/2022	10/2022	11/2022	12/2022	01/2023	02/2023	03/2023	04/2023	05/2023	06/2023	07/2023	08/2023
Nová expozice Malého světa techniky U6 v DOV, Ostrava													•	•	•	•	•	•	•
Expozice Carbonarium, Jastrzebie-Zdrój															•	•	•	•	•
Návštěvnické centrum DOV, Ostrava			•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Stezka uhlí a oceli								•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Science busy														•	•	•	•	•	•

Pět atraktivit Stezky uhlí a oceli se nachází na české straně pohraničí (turistická destinace Severní Morava a Slezsko), dalších pět na polské straně pohraničí (turistický region Śląsk Cieszynski):

- (CZ) Dolní oblast Vítkovice, Ostrava / nová expozice Malého světa techniky U6
- (CZ) LandekPark, Ostrava
- (CZ) Důl Michal, Ostrava
- (CZ) Muzeum Třineckých železáren a města Třince, Třinec
- (CZ) Vápenné pece, Vendryně
- (PL) Carbonarium, Jastrzebie-Zdrój / nová expozice
- (PL) Browar Zamkowy, Cieszyn
- (PL) Familoki, Czerwionka-Leszczyny
- (PL) Důl Ignacy, Rybnik
- (PL) Muzeum Ustrońskie, Ustroń

Cílem kampaně je připravit kreativní podklady a výstupy a po dobu 10 měsíců roku – od listopadu 2022 do srpna 2023 – komunikovat pod značkou Industriální pohraničí nabídku cestovního ruchu Stezky uhlí a oceli včetně 10 industriálních památek a atraktivit a doprovodných služeb pro turisty (science bus, informační centra, informační služby) k potenciálním návštěvníkům ve vybraných lokalitách v ČR i Polsku, směřovat potenciální návštěvníky na webové stránky industrialnipohranici.cz a vybízet je návštěvě industriálních památek a atraktivit.

Pozn.: Projekt Postindustriální dědictví příhraničí, značka Industriální pohraničí a atraktivita Stezky uhlí a oceli navazují na projekt Slezsko-moravské pohraničí (komunikovaný pod značkou Hravé příhraničí / Pogranicze – gramy w to), který se zabývá prezentací a propagací slezsko-moravského pomezí na české

i polské straně, a to na území Severní Moravy a Slezska, Beskyd a Těšínského Slezska, včetně tématu industriální dědictví. Kampaň Industriální pohraničí tak bude navazovat na komunikaci k tomuto projektu, jehož nositelem a partnery jsou Moravian-Silesian Tourism, s.r.o., Stowarzyszenie Rozwoju i Współpracy Regionalnej „Olza” a Stowarzyszenie „Region Beskydy”.

Související podklady, které pro realizaci kampaně poskytne nositel projektu a nejsou součástí předmětu plnění marketingové kampaně:

- vizuál projektu (logomanuál)
- webové stránky projektu
- Facebook projektu Industriální pohraničí / Industrialne Pogranicze
- Instagram projektu Industriální pohraničí / Industrialne Pogranicze
- loga partnerů projektu

Pozn.: Vytvoření loga kampaně / manuálu loga kampaně (Industriální pohraničí) a webové prezentace kampaně (www.industrialnipo hranici.cz) včetně CZ/PL mutace je součástí projektu Postindustriální dědictví příhraničí. Logo/manuál loga Industriální pohraničí a loga partnerů jsou vstupy pro veřejnou zakázku a vytvoření kreativních výstupů. Webová prezentace bude primárním místem, kam bude směřovat komunikace kampaně.

ČEHO CHCEME DOSÁHNOUT ANEB CÍLE KAMPANĚ

Cíl 1	Zavést do povědomí značku Industriální pohraničí s nabídkou atraktivit a konkrétního produktu v cestovním ruchu "Stezky uhlí a oceli"
KPI 1/1	Realizovat kampaň (2023, vyhodnocení kampaně)
Cíl 2	Zvýšit návštěvnost atraktivit Stezky uhlí a oceli, zejména DOV / U6 a Carbonarium
KPI 2/1	nárůst návštěvnosti o 25 000 napříč turistickými atraktivitami Stezky uhlí a oceli (2024, vlastní měření)
Cíl 3	Zvýšit návštěvnost webové stránky industrialnipohranici.cz včetně CZ/PL mutace
KPI 3/1	50 tis. návštěv www / rok (2023, vlastní měření)
Cíl 4	Vytvořit komunitu fanoušků na facebookové stránce Industriální pohraničí a Instagramu projektu
KPI 4/1	10 tis. fanoušků/sledujících na Facebooku (2023, vlastní měření)
KPI 4/2	5 tis. sledujících Instagram projektu (2023, vlastní měření)

CÍLOVÉ SKUPINY

Primárními cílovými skupinami kampaně jsou:

- rodiny s dětmi
- aktivní lidé v produktivním věku (25-55)
- lidé se zájmem o techniku, industriální památky

... a to v určených lokalitách (viz část LOKALIZACE KAMPANĚ)

Z pohledu uživatelského chování a využití nástrojů kampaně se jedná zejména o:

- uživatele sociálních sítí
- uživatele informačních a zpravodajských serverů
- návštěvníky veletrhů cestovního ruchu
- návštěvníky společenských a kulturních akcí
- rezidenty vybraných měst a regionů
- posluchače regionálních rádií
- televizní diváky

LOKALIZACE KAMPANĚ

Cílení marketingové komunikace včetně indikativního rozložení intenzity komunikace / zdrojů:

- ČR – 50 %
 - primárně Moravskoslezský kraj
 - případně Praha / Středočeský kraj, Olomoucký kraj, Zlínský kraj
- Polsko – 50 %
 - primárně Slezské vojvodství
 - případně Varšava / Mazovské vojvodství, Malopolské vojvodství, Opolské vojvodství

MARKETINGOVÁ KAMPAŇ

Předmětem marketingové kampaně je:

- Kreativita – vytvoření série kreativních výstupů pro potřeby kampaně – prezentaci, propagaci a medializaci (15 % celkových nákladů kampaně)
- Realizace kampaně – zajištění ATL/BTL kampaně, propagace a nákupů médií a souvisejících služeb (80 % celkových nákladů kampaně)
- Koordinace, reporting a vyhodnocení kampaně (5 % celkových nákladů kampaně)

KREATIVITA

Kreativní část kampaně bude zahrnovat:

1) vytvoření **grafického layoutu kampaně**

- grafický layout včetně mapy Stezky uhlí a oceli, marketingových sdělení pro prezentaci a propagaci

(podkladem pro vytvoření grafického layoutu kampaně bude již vytvořené logo kampaně / manuál loga Industriální pohraničí)

2) vytvoření **série grafických výstupů** pro propagaci a reklamní použití, a to:

- 3 varianty banneru pro online reklamu
- 50 grafik pro komunikaci a propagaci na Facebooku
- grafika pro polep prezentačního stánku (informační pult) pro účast na veletrzích
- grafika nůžkového stanu pro účast na prezentačních eventech
- grafika billboardu
- grafika pro celoplošný polep tramvaje

(všechny výstupy – mimo nůžkového stanu pro eventy – budou zpracovány samostatně v české a polské jazykové mutaci)

Všechny grafické výstupy budou zpracovány ve formě návrhu k připomínkování a následné zpracování finálních výstupů pro online použití, tisk a výrobu.

Součástí výstupů je práce s reklamními texty.

3) **správa sociálních sítí a copywriting** – promo texty na sociální sítě Facebook a Instagram a správa těchto kanálů po celou dobu trvání kampaně

- příprava postů a jejich zveřejnění (po odsouhlasení zadavatelem)
- zajištění moderace v diskuzích, reakce na příspěvky
- 50 příspěvků na Facebooku
- 30 příspěvků na Instagramu

(vždy samostatně v české a polské jazykové mutaci)

4) zajištění **série promo fotografií** 10 industriálních atraktivit

- 40 fotografií (4 fotografie každé z 10 atraktivit)

Fotografie budou využity zejména na Facebook a Instagram v průběhu marketingové kampaně, případně na další grafické výstupy v rámci kampaně.

5) **vytvoření AV spotů** pro Facebook a Instagram

- stopáž cca 20-30 sekund
- včetně návrhu scénáře a kreativního pojetí

Videa budou zaměřena na:

- 2x vybrané atraktivity Stezky uhlí a oceli
- 1x Stezka uhlí a oceli jako nový produkt cestovního ruchu
- 1x Science bus

(vždy samostatně v české a polské jazykové mutaci)

Pozn.: Pojetí prezentace Stezky uhlí a oceli, Science busu i jednotlivých atraktivit ve videích je na dodavateli, resp. může se jednat o audiovizuální či animovaná videa, kombinaci obojího nebo vlastní způsob pojetí tématu, přičemž zvuková složka není podmínkou. Součástí videí bude aplikace grafického layoutu kampaně. Součástí videí bude také povinná publicita projektu (cca 3 sekundy) – podklady povinné publicity budou dodavateli poskytnuty v křivkách.

6) vytvoření (spolupráce na vytvoření) **scénáře reklamních spotů** pro kampaň v rádiích

- pro reklamní spot pro rádia o délce 30 sekund

(samostatně pro české a polské médium)

7) vytvoření (spolupráce na vytvoření) **scénáře televizních pořadů** pro kampaň v TV

(samostatně pro české a polské médium)

REALIZACE KAMPANĚ

Kampaň se uskuteční prostřednictvím kombinace několika nástrojů. Veškeré komunikační a mediální plnění musí být realizováno (vysíláno, prezentováno) do konce projektu, tzn. nejpozději do srpna 2023 (včetně).

Součástí všech výstupů musí být povinná publicita projektu.

Digitální marketing

Reklama na Facebooku a Instagramu kampaně

Aktivita zahrnuje realizaci reklamy na Facebooku a Instagramu kampaně prostřednictvím nástroje Business Manager s indikativním rozpočtem o celkovém objemu 100 tis. Kč.

- 20 promovanych příspěvků průměrnou částkou 5000 Kč (s různou intenzitou v čase a dle témat příspěvků a průběhu kampaně)
- propagace v průběhu 10 měsíců (11/2022-08/2023)
- cílení ČR a Polsko, zejména Moravskoslezský kraj a Slezské Vojvodství

NESOUTĚŽNÍ KRITÉRIUM

předložením nabídky dodavatel garantuje zajištění služeb

Online bannerová reklama ČR / Moravskoslezský kraj

Aktivita zahrnuje zajištění online bannerové reklamy na zpravodajských serverech v ČR s indikativním rozpočtem v objemu 175 tis. Kč dle specifikace níže:

- RTB kampaň s retargetingem (možnost využití různých formátů bannerů a jejich kombinace) na vybraných informačních a zpravodajských webech v ČR s min. kvartální návštěvností 1 mil.
- cíl kampaně: směřování na homepage webu industrialnipohranici.cz
- cílová skupina: Moravskoslezský kraj, lidé 25-55 let se zájmem o cestování, turistiku
- min. garantovaný počet impresí: 800 tisíc
- realizace v průběhu 10 měsíců (11/2022-08/2023) dle harmonogramu projektu (RTB kampaň nemusí být aktivní po celou dobu realizace marketingové kampaně, ale pouze ve vybraných týdnech nebo měsících)

SOUTĚŽNÍ KRITÉRIUM: CELKOVÝ GARANTOVANÝ POČET IMPRESÍ

dodavatel v nabídce rovněž předloží:

- návrh RTB kampaně včetně uvedení navrhovaných formátů bannerů a webů (není předmětem hodnocení nabídek)

Online bannerová reklama Polsko / Slezské vojvodství

Aktivita zahrnuje zajištění online bannerové reklamy na zpravodajských serverech v Polsku s indikativním rozpočtem v objemu 175 tis. Kč dle specifikace níže

- RTB kampaň s retargetingem (možnost využití různých formátů bannerů a jejich kombinace) na vybraných informačních a zpravodajských webech v Polsku s min. kvartální návštěvností 1 mil.
- cíl kampaně: směřování na homepage webu industrialnepogranicze.pl
- cílová skupina: Slezské vojvodství, lidé 25-55 let se zájmem o cestování, turistiku
- min. garantovaný počet impresí: 800 tisíc

- realizace v průběhu 10 měsíců (11/2022-08/2023) dle harmonogramu projektu (RTB kampaň nemusí být aktivní po celou dobu realizace marketingové kampaně, ale pouze ve vybraných týdnech nebo měsících)

SOUTĚŽNÍ KRITÉRIUM: CELKOVÝ GARANTOVANÝ POČET IMPRESÍ

dodavatel v nabídce rovněž předloží:

- návrh RTB kampaně včetně uvedení navrhovaných formátů bannerů a webů (není předmětem hodnocení nabídek)

Veletrhy a eventy

Tradiční veletrhy a eventy

Aktivita zahrnuje zabezpečení účasti a prezentaci výstupů projektu na 3 veletrzích cestovním ruchu, a to prostřednictvím výstavního sektoru (může být i součástí většího prezentačního stánku, například agentury CzechTourism) a zabezpečení účasti a prezentaci výstupů projektu na 7 prezentačních eventech. Celkový indikativní rozpočet na zajištění účasti na veletrzích a eventech je v objemu 480 tis. Kč.

Veletrhy:

- TT Warsaw (PL) - <https://ttwarsaw.pl/>
- Globalnie Katowice (PL) - <https://globalnie.fairexpo.pl/>
- Dovolená Ostrava (CZ) - <https://www.dovolenaostrava.cz/>

Minimální požadavky k zajištění / zabezpečení účasti na veletrzích:

- pronájem výstavní plochy o min. ploše 5 m2, případně 9 m2 (v případě využití „nůžkového“ stanu projektu)
- zajištění jednoduchého výstavního stánku či prostoru, který zahrnuje informační pultík (pro prezentaci materiálů) včetně židlí, případně stojánku na materiály,
- zajištění řádného informačního označení prostoru (min. v podobě loga a názvu na horním límci výstavního stánku a informačním pultíku),
- pořízení 2 vystavovatelských průkazů na akci,
- zajištění účasti min. 1 informátora/animátora po celou dobu konání akce

Eventy:

Prezentační eventy v ČR

- event na Slezskoostravském hradě (konkrétní akce a termíny bude upřesněna)
- event v Dolní oblasti Vítkovice (konkrétní akce a termíny upřesněna)
- 2x gastroevent Pojezfest v Moravskoslezském kraji (konkrétní termíny budou upřesněny)

Prezentační eventy v Polsku

- event v Katovicích (konkrétní akce a termíny bude upřesněna)
- OFF Festival Katowice - <https://off-festival.pl/en/>
- Festival Nowa Muzyka Katowice - <https://festiwalnowamuzyka.pl/en/>

Minimální požadavky k zajištění / zabezpečení účasti na eventech:

- pořízení nůžkového stanu s bočnicemi a přední přepážkou s celoplošným potiskem (dle předem odsouhlaseného grafického návrhu) o min. rozměrech 3x3m včetně zajištění nezbytného mobiliáře (min. 2x prezentační stůl, 2x koktejlový stůl, 2x prezentační stojan, 2x židle, 1x lavice).
- pronájem výstavní plochy o min. ploše 3x3 m2
- zajištění min. 1 informátora/animátora po celou dobu konání akce

NESOUTĚŽNÍ KRITÉRIUM

předložením nabídky dodavatel garantuje zajištění služeb

Out of home

Polepy tramvají ČR / Ostrava

Aktivita zahrnuje zajištění celoplošného polepu 2 tramvají/souprav MHD Ostrava s indikativním rozpočtem v objemu 600 tis. Kč

- 2x celovozová reklama na článkový vůz Astra, Trio a případně vyšší řady
- min. po dobu 10 měsíců (11/2022-08/2023)
- součástí zajištění služeb je výroba, instalace a odstranění reklamního polepu

NESOUTĚŽNÍ KRITÉRIUM

předložením nabídky dodavatel garantuje zajištění služeb

Polepy tramvají Polsko / Katovice

Aktivita zahrnuje zajištění celoplošného polepu 2 tramvají/souprav v Hornoslezské průmyslové aglomeraci (GOP), Slezském vojvodství, s indikativním rozpočtem v objemu 600 tis. Kč.

- 2x celovozová reklama na dvojvazovou soupravu typu 105 HF a případně vyšší řady
- min. po dobu 10 měsíců (11/2022-08/2023)
- součástí zajištění služeb je výroba, instalace a odstranění reklamního polepu

NESOUTĚŽNÍ KRITÉRIUM

předložením nabídky dodavatel garantuje zajištění služeb

Billboardy ČR / Moravskoslezský kraj

Aktivita zahrnuje zajištění nákupu a realizace výlepu reklamních ploch na billboardech v Moravskoslezském kraji v s indikativním rozpočtem v objemu 440 tis. Kč.

- zajištění min. 10 billboardů
- formát 5,4 x 2,1m
- po dobu 10 měsíců (11/2022-08/2023)
- umístění billboardů u silnic I. a II. třídy v Moravskoslezském kraji

SOUTĚŽNÍ KRITÉRIUM: CELKOVÝ GARANTOVANÝ POČET BILLBOARDŮ

Billboardy Polsko / Slezské vojvodství

Aktivita zahrnuje zajištění nákupu a realizace výlepu reklamních ploch na billboardech ve Slezském vojvodství s indikativním rozpočtem v objemu 440 tis. Kč.

- zajištění min. 10 billboardů
- formát 5,04 x 2,38m
- po dobu 10 měsíců (11/2022-08/2023)
- umístění billboardů u silnic typu dálnice – autostrady (A), rychlostní silnice – drogi ekspresowe (S), případně hlavní silnice pro rychlý pohyb 4

SOUTĚŽNÍ KRITÉRIUM: CELKOVÝ GARANTOVANÝ POČET BILLBOARDŮ

Rádio

Reklamní spoty ČR / Moravskoslezský kraj

Aktivita zahrnuje zajištění reklamní kampaně (nákupu mediálního prostoru – výrobu a vysílání reklamních spotů) ve vybraném regionálním rádiu (nebo rádiu s regionálním pokrytím) v Moravskoslezském kraji s indikativním rozpočtem v objemu 460 tis. Kč.

- rádio s min. týdenní poslechovostí v Moravskoslezském kraji 120 tis.
- min. počet spotu 250 kusů v hlavním vysílacím čase (primetime, 6-18 hodin)
- vysílání spotů po dobu 10 měsíců (11/2022-08/2023)
- délka reklamního spotu 30s
- součástí výroby a vysílání je povinná publicita projektu

SOUTĚŽNÍ KRITÉRIUM: CELKOVÝ GARANTOVANÝ POČET REKLAMNÍCH SPOTŮ

dodavatel v nabídce rovněž předloží:

- název zvoleného rádia (není předmětem hodnocení nabídek)
- návrh reklamní kampaně v daném rádiu – mediaplán (není předmětem hodnocení nabídek)

Reklamní spoty Polsko / Slezské vojvodství

Aktivita zahrnuje zajištění reklamní kampaně (nákupu mediálního prostoru – výrobu a vysílání reklamních spotů) ve vybraném regionálním rádiu (nebo rádiu s regionálním pokrytím) ve Slezském vojvodství s indikativním rozpočtem v objemu 460 tis. Kč.

- rádio s min. týdenní poslechovostí ve Slezském vojvodství 120 tis.
- min. počet spotu 250 kusů v hlavním vysílacím čase (primetime, 6-18 hodin)
- vysílání spotů po dobu 10 měsíců (11/2022-08/2023)
- délka reklamního spotu 30s
- součástí výroby a vysílání je povinná publicita projektu

SOUTĚŽNÍ KRITÉRIUM: CELKOVÝ GARANTOVANÝ POČET REKLAMNÍCH SPOTŮ

dodavatel v nabídce rovněž předloží:

- název zvoleného rádia (není předmětem hodnocení nabídek)
- návrh reklamní kampaně v daném rádiu – mediaplán (není předmětem hodnocení nabídek)

Televize

Televizní pořad v televizi s celoplošným vysíláním v ČR

Aktivita zahrnuje zajištění výroby a vysílání televizního pořadu, tematicky zaměřeného na turistiku, cykloturistiku a cestovní ruch ve vybrané televizi s celostátním vysíláním s indikativním rozpočtem v objemu 70 tis. Kč:

- min. 1 díl vybraného pořadu s cestovatelskou a volnočasovou tematikou vysílaný v TV na území ČR
- min. délka/stopáž pořadu 4 minuty
- součástí je zajištění licence na online vysílání
- vysílání pořadu v TV se předpokládá v termínu 06-08/2023
- součástí výroby a vysílání je povinná publicita projektu

NESOUTĚŽNÍ KRITÉRIUM

předložením nabídky dodavatel garantuje zajištění služeb

dodavatel jako součást nabídky uvede zvolený typ pořadu a název TV, kde bude vysílán

Televizní pořad a reklamní spoty v televizi s regionálním vysíláním v Moravskoslezském kraji

Aktivita zahrnuje zajištění výroby a vysílání televizního pořadu, tematicky zaměřeného na turistiku, cykloturistiku a cestovní ruch, a reklamních spotů ve vybrané televizi s regionálním vysíláním s indikativním rozpočtem v objemu 240 tis. Kč:

- regionální televize s min. denní sledovaností 80 tis. v Moravskoslezském kraji
- min. 3 díly pořadu (audiovizuálního díla s tematikou cestovního ruchu) o délce 4-5 minut, vysílání každého pořadu min. 6x včetně vysílání v hlavním vysílacím čase (primetime)
- reklamní spoty o délce min. 30 sekund s min. počtem 70 vysílání (opakování)
- součástí výroby a vysílání pořadů (audiovizuálních děl) i reklamních spotů je povinná publicita projektu

SOUTĚŽNÍ KRITÉRIUM: CELKOVÝ GARANTOVANÝ POČET VYSÍLÁNÍ (OPAKOVÁNÍ) REKLAMNÍHO SPOTU

předložením nabídky dodavatel garantuje zajištění služeb v min. rozsahu dle specifikace

dodavatel v nabídce rovněž předloží:

- název TV média

Televizní pořad v televizi s regionálním vysíláním ve Slezském vojvodství

Aktivita zahrnuje zajištění výroby a vysílání 6 dílů (epizod) pořadu na téma „industriální výlety“ ve vybrané televizi s regionálním vysíláním s indikativním rozpočtem v objemu 360 tis. Kč:

- regionální televize s min. denní sledovaností 80 tis. ve Slezském vojvodství
- 6 dílů (epizod) pořadu (3 díly na polské straně, 3 díly na české straně) o délce jednoho dílu min. 15 min.
- spolupráce na scénáři
- technické zajištění natáčení, výroby pořadu, titulků
- umístění pořadu do programu vysílání
- vysílání pořadu (premiéra a min. 3 reprízy každého dílu)
- propagace formou vysílání krátkého spotu min. 10x před vysíláním každého pořadu
- součástí výroby a vysílání je povinná publicita projektu

NESOUTĚŽNÍ KRITÉRIUM

předložením nabídky dodavatel garantuje zajištění služeb

dodavatel jako součást nabídky uvede zvolený typ pořadu a název TV, kde bude vysílán

KOORDINACE, REPORTING A VYHODNOCENÍ KAMPAŇ

Součástí služeb je průběžná koordinace, reporting a vyhodnocení kampaně dle specifikace níže.

Koordinace

Průběžná koordinace kampaně a informování zadavatele a hlavních partnerů o klíčových událostech a průběhu kampaně 1x měsíc

Reporting

Pravidelný měsíční reporting zadavateli 1x měsíc

Vyhodnocení

Strukturované vyhodnocení kampaně a jejích dopadů do 1 měsíce po ukončení kampaně

TÉMATA KOMUNIKACE KAMPANĚ

Kampaň se zaměří zejména na komunikaci níže uvedených témat:

- produkt cestovního ruchu Stezka uhlí a oceli (průběžná komunikace, např. formou mapy s vyznačením atraktivit a dalšími kreativními způsoby)
- 10 atraktivit cestovního ruchu zahrnutých do produktu cestovního ruchu Stezka uhlí a oceli (např. formou fotografií, videí v kombinaci s highlighty, zajímavostí apod.), a to zejména výstupy projektu Postindustriální dědictví pohraničí, a tedy na:
 - novou expozici Malého světa techniky U6 v Dolní oblasti Vítkovice
 - novou expozici Carbonarium v Jastrzebie-Zdrój
 - návštěvnické centrum DOV
 - službu Science bus
 - aplikaci pro turisty Industriální pohraničí
- Industriády (akce Industriáda Dolní oblast Vítkovice, akce Industriáda Jastrzebie-Zdrój)
- souvisejících a doprovodných služeb pro turisty (informace o dostupnosti, jazykové přístupnosti apod.)
- doprovodně značky Industriální pohraničí

Popis jednotlivých atraktivit cestovního ruchu Stezky uhlí a oceli a výstupů projektu Postindustriální dědictví pohraničí:

Dolní oblast Vítkovice, Ostrava / nová expozice Malého světa techniky U6 (CZ)

Světově unikátní areál Dolní Vítkovice, kde se mezi lety 1828 až 1998 těžilo uhlí a vyrábělo surové železo, je jedinečným vzdělávacím, kulturním a společenským centre s mezinárodním přesahem. Nabízí několik atraktivit, prohlídkové okruhy a mnoho souvisejících služeb pro návštěvníky.

Původní i projektem Industriální dědictví přeshraničí obnovená expozice Malého světa techniky U6 nabízí interaktivní výstavu zakomponovanou do srdce industriálního objektu VI. energetické ústředny v Dolních Vítkovicích. Poodhaluje tajemství technických vynálezů a ukazuje historii technického pokroku od průmyslové revoluce po současnost.

<https://www.dolnivitkovice.cz/>

LandekPark, Ostrava (CZ)

Největší české hornické muzeum bylo založeno na nejstarší ostravské šachtě, Dole Anselm. Landek Park vznikl propojením technické památky hornického muzea a národní přírodní památky vrchu Landek. Muzeum provází návštěvníky historií hornictví, celý areál nabízí také možnosti pro trávení volného času, sport a kempování a je vyhledávanou příměstskou rekreační zónou.

<https://www.landekpark.cz/>

Důl Michal, Ostrava (CZ)

Komplex povrchových budov bývalého povrchového černouhelného dolu z let 1912–1915 nabízí tři návštěvnické okruhy, které zahrnují expozici v administrativní budově, těžní budovu, strojovnu s původními elektrickými stroji a dalšími zajímavostmi.

<https://www.dul-michal.cz/>

Muzeum Třineckých železáren a města Třince, Třinec (CZ)

Muzeum provádí návštěvníky bohatou historií Těšínského Slezska a založením třinecké hutě. Dominují jí unikátní historické a originální artefakty z hutní výroby. Tři výstavní místnosti přibližují historický vývoj Třince a zásadní okamžiky, které vedly k založení železáren.

<https://www.muzeumtz.cz/>

Vápenné pece, Vendryně (CZ)

Dvě vápenné pece ve Vendryni jsou technickou památkou, zpřístupněnou návštěvníkům po rekonstrukci v roce 2003. Vznik pecí se datuje do začátků 19. století, kdy byla nalezena ložiska železné rudy a vápence pro potřeby místních železáren.

<https://www.vendryne.cz/obec/zajimavosti-v-obci/vapenne-pece/>

Carbonarium, Jastrzebie-Zdrój / nová expozice (PL)

Nově vytvořená expozice (otevření plánováno v březnu 2023) v místě bývalého dolu KWK Moszczenica, která bude poutavým způsobem prezentovat historii dolů a města.

Browar Zamkowy, Cieszyn (PL)

Historický a zároveň nejdéle nepřetržitě fungující pivovar v Polsku, jehož počátky sahají hluboko do 17. století a který je dnes současně navštěvovaným kulturním centrem a turistickou atraktivitou.

<https://www.browarcieszyn.pl/>

Familoki, Czerwionka-Leszczyny (PL)

Jedná se o jednu z nejkrásnějších a nejzachovalejších hornických kolonií tohoto typu, která se vyznačuje dekorativním charakterem použitých architektonických forem. Vznikala s prudkým rozvojem hornictví na přelomu 19. a 20. století.

<https://www.czerwionka-leszczyny.pl/miasto-turystyka-sport/familoki>

Důl Ignacy, Rybnik (PL)

Bývalý uhelný důl a současné muzeum se v městské čtvrti Niewiadom města Rybnik. Připomíná historii hornictví, která zde započala již na konci 18. století

<https://www.kopalniaignacy.pl/>

Muzeum Ustrońskie, Ustroń (PL)

Muzeum bylo otevřeno v roce 1986 na území bývalého průmyslového komplexu vysokopecního závodu „Klemens“. Sbírkou obsahuje mnoho působivých strojů a dalších historických artefaktů z průmyslových a zemědělské minulosti Ustroni.

<https://muzeum.ustron.pl/pl>