

- reklamowym w zakresie pakietu praw i usług promocyjnych wymienionych w § 2 - 3 niniejszej umowy,
- b) żaden inny podmiot, poza Fundacją GAP, nie jest upoważniony do udostępniania praw do promowania się jakimkolwiek podmiotom zewnętrznym podczas Kongresu, w zakresie pakietu praw i usług promocyjnych wymienionych w § 2 - 3 niniejszej umowy.
2. W ramach niniejszej Umowy Fundacja GAP zobowiązuje się wykonać na rzecz Miasta następujące świadczenia:
- a) nadanie Miastu Kraków tytułu „Miasto Gospodarz” Kongresu 2016,
 - b) umieszczenie nazwy, logotypu Miasta oraz notatki o Mieście (do 1000 znaków ze spacjami) na stronie internetowej dedykowanej Kongresowi (www.oees.pl) wraz z aktywnym łączem do strony internetowej Miasta (www.krakow.pl),
 - c) umieszczenie nazwy i logotypu Miasta na zaproszeniach i innych materiałach związanych z Kongresem (np. identyfikatorach dla gości, newsletterach, folderach, banerach, gadżetach),
 - d) umieszczenie nazwy Miasta w materiałach prasowych dotyczących Kongresu,
 - e) przygotowanie i wysłanie dedykowanego mailingu Kongresu z opisem Miasta (opis do 1 000 znaków ze spacjami),
 - f) przekazanie Miastu 20 szt. bezpłatnych wejściówek „standard” na Kongres,
 - g) udzielenie licencji, o której mowa w § 3 niniejszej umowy,
 - h) umieszczenie całostronicowej reklamy Miasta w folderze Kongresu,
 - i) umieszczenie materiału promocyjnego Miasta w materiałach dla gości przekazywanych w tzw. Guest Packach, o specyfikacji i w ilości ustalonej w porozumieniu z Miastem,
 - j) umożliwienie Miastu ekspozycji 4 szt. roll-up’ów promocyjnych w następujących miejscach: rejestracja – 2 szt., sala główna – 1 szt., sala dinner – 1 szt. w trakcie trwania Kongresu,
 - k) umożliwienie merytorycznego udziału Przedstawicielom Miasta w sesji otwierającej Kongres, w trakcie pierwszego dnia Kongresu (max. 10 minut w bloku głównym),
 - l) umożliwienie merytorycznego udziału Przedstawicielowi Miasta w panelu dyskusyjnym podczas Kongresu,
 - m) wyświetlanie logotypu Miasta pomiędzy prezentacjami i panelami dyskusyjnymi na scenie głównej oraz na ekranach we foyer,
 - n) ekspozycja Miasta w mediach patronackich; umieszczenie logotypu Miasta w kampanii promocyjnej z informacją „Miasto Gospodarz” w tytułach Gremi Business Communication (10 zapowiedzi wydarzenia w dzienniku Rzeczpospolita oraz w dzienniku specjalistycznym Parkiet),
 - o) logo Miasta na banerze kongresowym umieszczonym na stronie rp.pl na czas trzech tygodni przed wydarzeniem
 - p) obecność Miasta na łamach specjalnego dodatku, który będzie dedykowany Kongresowi zapowiadającego panele dyskusyjne, opublikowanego na łamach Rzeczpospolitej i Parkietu (dodatek ukaże się każdego dnia wydarzenia);
3. Logo „Miasto Gospodarz” występujące w sąsiedztwie logo Kongresu powinno być równorzędnej wielkości oraz wyróżnione na wszystkich materiałach poświęconych Kongresowi.