

**Техническое задание на оказание услуг по разработке  
рекламно-информационных материалов**

1. В соответствии с условиями Договора и настоящего Приложения Исполнитель обязуется оказать Заказчику услуги по разработке рекламно-информационных материалов. Разработка рекламно-информационных материалов производится в соответствии с Заявками Заказчика.

2. Заказчик разработки рекламно-информационных материалов: ООО «Газпром газомоторное топливо» (далее – «Газпром газомоторное топливо», Общество).

3. Общая информация о Заказчике:

«Газпром газомоторное топливо» - лидер российского рынка газомоторного топлива, единый оператор сети газомоторных заправочных станций от ПАО «Газпром».

Основные направления деятельности: реализация природного газа в качестве моторного топлива, строительство и эксплуатация заправочной инфраструктуры сети АГНКС «Газпром», взаимодействие с федеральными и региональными органами власти, автопроизводителями по комплексному развитию рынка, популяризация использования природного газа на транспорте под брендом EcoGas.

Стратегическая цель компании — расширение использования природного газа (метана) на транспорте, закрепление в качестве отраслевого лидера на рынке моторного топлива России.

В настоящее время в управлении «Газпром газомоторное топливо» находится порядка 400 объектов газозаправочной инфраструктуры. Головной офис «Газпром газомоторное топливо» располагается в Санкт-Петербурге. Филиалы — в Москве, Казани, Екатеринбурге, Томске, Краснодаре, Санкт-Петербурге, а также представительства в Калининграде и Хабаровске.

Сайты компании: [gmt.gazprom.ru](http://gmt.gazprom.ru) – корпоративный сайт, [Gazprom-agnks.ru](http://Gazprom-agnks.ru) – сайт розничной сети.

4. Размещение или распространение разрабатываемых РИМ будет происходить через различные каналы: внутри помещений (офисы, автосервисы, заправочные станции, аэропорты и т.п.); на улице (ситиформаты, щиты/билборды), реклама на транспорте; в сети Интернет, в средствах массовой информации; в рамках прямого взаимодействия с потенциальными клиентами (встречи, презентации, рассылки).

5. Цели создания рекламно-информационных материалов:

а. Повышение известности и осведомленности о бренде «EcoGas» («Экогаз»), компримированном природном газе (далее – КПГ), сжиженном природном газе, газомоторном топливе метане, его применении, преимуществах, о сети АГНКС «Газпром», о деятельности «Газпром газомоторное топливо».

б. Совершение после ознакомления/показа/демонстрации рекламно-информационных материалов потенциальными клиентами компании одного из следующих действий:

- посещение сайта, запрос на переоборудование автотранспорта;
- звонок на горячую линию, запрос на переоборудование автотранспорта.

б. Целевая аудитория (потребители) рекламно-информационных материалов:

а. Частные владельцы и потенциальные владельцы автотранспорта на газомоторном топливе, мужчины в возрасте 30-50 лет. 90% согласны с утверждением, что «автомобиль – не роскошь, а средство передвижения». Образование различное, в зависимости от региона. Большая часть – семейные, наемные работники (являются или инженерно-техническими работниками, служащими, или рабочими). Водительский стаж более 5 лет, пользуются уже не первым автомобилем. Любят экономить. ¼ использует свой автотранспорт для коммерческих нужд (подработка, такси, перевозки). ¾ при принятии решения о переоборудовании сравнивают метан с пропаном. Причины выбора метана – низкая цена, маркетинговые программы «Газпром газомоторное топливо».

Основные барьеры перехода на метан: недостаточная инфраструктура заправок, дорогое переоборудование.

б. Топ-менеджеры государственных или крупных негосударственных компаний с большим автопарком (пример: автобусные парки, коммунальные службы, ЗАО «СовтрансАвто», АО «Интеко», ООО «Делко», ООО «ПепсиКо Холдингс», ООО «Мультитранс логистика»), представители региональных администраций (губернатор, мэр, глава комитета по транспорту, руководитель департамента транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры). У частных компаний инициатива по переводу автотранспорта на газомоторное топливо исходит со стороны генерального директора, начальника транспортного цеха/директора по логистике/директора по транспорту, но решение принимает генеральный директор (или собственник). Возраст представителей данной аудитории – от 40 до 60 лет, мужчина, имеет высшее образование, семейный. Доход – высокий. После принятия решения о переоборудовании, заключение договоров и периодическую закупку газомоторного топлива осуществляют менеджеры среднего звена.

с. Владельцы мелкого и среднего частного бизнеса (таксопарки, транспортные и логистические компании) – бизнесмены. Возраст от 35 до 55 лет, средний возраст – 40 лет. Мужчины с обширным кругом интересов, хобби (дорогие машины, путешествия, активный спорт, азартные игры и т.д.). Имеют высшее или среднее образование, семейные. Доход – высокий. Большинство владеют небольшим автопарком до 20 автомобилей. 60% сравнивают метан с пропаном при принятии решения о переходе. Причины выбора метана – низкая цена, маркетинговые программы «Газпром газомоторное топливо». Основные барьеры перехода на метан: дорогое переоборудование, недостаточная инфраструктура (мало заправок).

7. Конкурентное окружение:

а. Федеральные прямые конкуренты: ПАО «Новатек» ([novatek-azk.ru](http://novatek-azk.ru)), ПАО «Татнефть» (<https://azs.tatneft.ru/>), ПАО «Роснефть» ([www.rosneft.ru](http://www.rosneft.ru)). Региональные прямые конкуренты: ООО «Даль» (бренды «Белнефть», «Тевоил»), ИП Татарин И.Н. (бренд «Интрансгаз»), ООО «Артметан групп» (бренд «АМГ»), ООО «Управление АЗС» (бренд «Топлайн»), ООО «Газстройсервис» (бренд GR), ООО «Уралком».

б. Косвенная конкуренция – ПАО «Газпромнефть», ПАО «Лукойл», ПАО «Башнефть» и др. сети АЗС.

8. Ключевые сообщения рекламно-информационных материалов:

- «Топливо Ecogas выгоднее для тебя и безопаснее для природы. Ecogas - это природный газ метан, который используется в двигателях внутреннего сгорания. Это востребованное топливо, которое применяется на 300 000 автомобилях в России».

- «Газпром газомоторное топливо» – самый крупный поставщик качественного газомоторного топлива – метана, соответствующего ГОСТ 27577-2022 под брендом «Ecogas». Компания обеспечивает около 70% всех потребностей в КПП транспортной отрасли Российской Федерации».

- «Метан в 2-3 раза дешевле традиционных бензина и дизеля. Затраты на топливо – от 2 руб. за км. пути».

- «По маркетинговым программам «Газпром газомоторное топливо» можно переоборудовать машину со скидкой до 100% или получить значительные скидки на топливо после переоборудования».

- «Метан – один из самых экологичных видов автомобильного топлива. При использовании метана объем выбросов вредных веществ от автомобиля в атмосферу снижается до 10 раз в сравнении с бензином и дизелем».

- «За счёт практически полного сгорания топлива в двигателе использование метана приводит к снижению негативного воздействия гари, сажи, серы на узлы автомобиля».

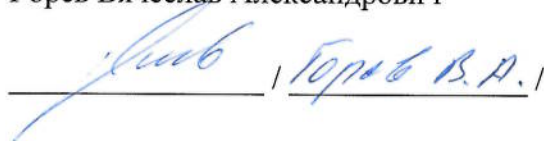
- «АГНКС «Газпром» - самая крупная сеть заправочных станций на метане, насчитывающая более 400 заправочных станций. 68 регионов присутствия. «Экогаз» – это правильное решение».

- «Будь практичным - переходи на метан, заправляйся топливом «Экогаз» на сети заправочных станций «Газпром».

9. Требования к оказываемым услугам:

- 9.1. Услуги должны быть оказаны в соответствии требованиями Федерального Закона от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» и Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;
- 9.2. Исполнитель гарантирует отсутствие нарушения прав интеллектуальной собственности третьих лиц на результаты оказанных услуг;
- 9.3. Рекламно-информационные материалы разрабатываются с учётом приоритетного использования, приоритетных ключевых сообщений и целевых аудиторий;
- 9.4. Рекламно-информационные материалы должны эффективно выполняться свои функции (в соответствии с п. 5 Технического задания);
- 9.5. Рекламно-информационные материалы должны разрабатываться с учётом общепринятых требований каналов распространения, а также специфических требований Заказчика и конкретных распространителей (в случае наличия таковых), предъявляемых к рекламно-информационным материалам (по форматам предоставляемых материалов, разрешению, выноскам, цветности и пр.);
- 9.6. Разрабатываемые рекламно-информационные материалы должны соответствовать бренд-букам (руководства по применению логотипа и фирменному стилю) Заказчика и ПАО «Газпром», которые предоставляются Заказчиком Исполнителю одновременно в течение пяти рабочих дней с момента подписания Договора;
- 9.7. Разрабатываемые рекламно-информационные материалы должны быть привлекательны для потенциальных клиентов, отличаться от рекламно-информационных материалов конкурентов, иметь яркий, заметный, узнаваемый образ;
- 9.8. Разрабатываемые рекламно-информационные материалы не должны вводить представителей целевых аудиторий в заблуждение, создавать отсылки к другим товарам и услугам;
- 9.9. При разработке рекламно-информационных материалов Исполнитель должен учитывать конкретное место применения и физические размеры (рекламный носитель, канал), прогнозную продолжительность контакта с рекламно-информационным материалом и визуальное окружение;
- 9.10. При разработке креативных концепций Заказчику предлагается на выборе не менее двух концепций;
- 9.11. При разработке рекламно-информационных материалов, использующихся в рамках единой рекламной кампании, материалы должны выполняться в единой стилистике;
- 9.12. По требованию Заказчика Исполнитель обязан предоставить визуализацию применения рекламно-информационного макета на носителе (мокап);
10. Исполнитель обязуется обеспечивать бесперебойную возможность принимать Заявки Заказчика в рабочее время.
11. Исполнитель по запросу Заказчика может производить тестирование (например, АВ-тестирование) разработанных рекламно-информационных материалов и предлагать к дальнейшей реализации лучший материал. Тестирование рекламно-информационных материалов производится по соответствующей Заявке.
12. Настоящее Приложение является неотъемлемой частью Договора. Во всем остальном, что не предусмотрено настоящим Приложением, Стороны руководствуются положениями Договора.
13. Настоящее Приложение вступает в силу с момента подписания, составлено в двух экземплярах, имеющих равную юридическую силу, по одному для каждой из Сторон.

Заместитель начальника  
управления развития бизнеса  
Горев Вячеслав Александрович

  
Горев В.А.