

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia (SOPZ)

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie koncepcji, zakup mediów i realizacja ogólnopolskiej kampanii promującej efekty wdrażania programów Funduszy Norweskich i Funduszy Europejskiego Obszaru Gospodarczego.

Zamawiający:

Zamawiającym jest Ministerstwo Rozwoju (MR) jako instytucja odpowiedzialna za zarządzanie i wdrażanie Funduszy norweskich i EOG w Polsce. Komórką właściwą merytorycznie w zakresie niniejszego zamówienia jest Departament Programów Pomocowych.

Cel strategiczny:

- Podsumowanie kończącej się II edycji Funduszy norweskich i EOG w Polsce (2009-2014).

Cele komunikacyjne:

- Przedstawienie efektów wdrażania Funduszy norweskich i EOG w Polsce na przykładzie wybranych obszarów wsparcia.
- Przedstawienie wpływu Funduszy na społeczeństwo i polską gospodarkę.

Grupa docelowa:

- 18+, mieszkańcy miast

Zakres obowiązków wykonawcy:

I. Opracowanie planu promocji dla podanego okresu realizacji działań komunikacyjnych uwzględniającego m.in.:

1. realizacja kampanii w Internecie, TV ogólnopolskiej oraz ogólnopolskiej kampanii radiowej;
2. zorganizowanie 4 akcji ambientowych w miejscach realizacji projektów II edycji Funduszy norweskich i EOG w Polsce (np. Warszawa, Gdańsk, Kraków, Wrocław, Szczecin), prezentujących w ciekawy, nowatorski, zaskakujący i angażujący sposób efekty wdrażania Funduszy.
3. zorganizowanie i przeprowadzenie 1 akcji flash mob, czyli sztucznego tłumu ludzi gromadzących się niespodziewanie w miejscu publicznym w celu przeprowadzenia krótkotrwałego zdarzenia. Motywem przewodnim flash mob ma być słowo „dzięki” użyte w dwóch znaczeniach: podziękowania za przekazane środki oraz wskazania czego dokonano dzięki ich wsparciu. Wykonawca musi zapewnić usługę fotograficzną i nagrania video,

a następnie zmontowany materiał wykorzystać w kampanii internetowej, promującej Fundusze.

4. zorganizowanie eventu podsumowującego wdrażanie II edycji Funduszy w Centrum Sztuki FORT Sokolnickiego ul. Stefana Czarnieckiego 51 w Warszawie. W części oficjalnej event przewidziany jest dla max 400 osób i ma być przeprowadzony w formie ciekawej prezentacji multimedialnej oraz 10-15 min. filmu o osiągnięciach Funduszy, prezentowanych na telebimie. Materiały wizualne muszą mieć podpisy w języku angielskim. W trakcie eventu odbędzie się briefing prasowy kierownictwa MR oraz ważniejszych gości z krajów darczyńców oraz obiad. Uczestnicy eventu pokrywają koszty przejazdu i zakwaterowania sami. Wykonawca musi zapewnić tłumaczenie symultaniczne na język angielski. Wykonawca musi zapewnić usługę fotograficzną i nagrania video.
- a) Zamawiający udostępni Wykonawcy nieodpłatnie wynajętą przestrzeń Centrum Sztuki FORT Sokolnickiego. Montaż scenografii może rozpocząć się od godz. 8.00 w dniu poprzedzającym event, natomiast demontaż musi nastąpić do godz. 6.00 następnego dnia po ewencie. Wszelkie odstępstwa w realizacji prac poza określonymi wyżej terminami oraz szkody wyrządzone przez Wykonawcę będą podlegały opłatom dodatkowym nałożonym przez Wynajmującego przestrzeń Centrum Sztuki FORT Sokolnickiego.

UWAGA: Zamawiający dokona wstępnej rezerwacji w/w lokalizacji i przeprowadzi procedurę zawarcia umowy najmu. W przypadku gdyby nie doszło do zawarcia umowy najmu, Zamawiający poinformuje o tym Wykonawców, wskazując nową lokalizację na terenie Warszawy i wyznaczając dodatkowy czas na wprowadzenie zmian w ofercie.

- b) Wykonawca przeprowadzi rekrutację osób zaproszonych na event podsumowujący za pomocą stworzonego przez siebie dwujęzycznego, elektronicznego formularza rekrutacyjnego. Wykonawca w procesie rekrutacji musi przewidzieć możliwość zgłoszenia uczestnictwa przez osoby z niepełnosprawnościami. W przypadku zgłoszenia się takich osób, Wykonawca zobowiązany jest do realizacji eventu podsumowującego w pełni uwzględniając potrzeby osób niepełnosprawnych.
- c) Wykonawca - na podstawie zweryfikowanej przez siebie listy osób/instytucji do zaproszenia na event podsumowujący, przekazanej przez Zamawiającego - wyśle zaproszenia w formie e-mail do poszczególnych osób/instytucji. Wykonawca prześle do każdego z uczestników eventu e-mail potwierdzający zgłoszenie oraz roześle do uczestników e-mail przypominający o ewencie wraz z informacjami zawartymi w formularzu rejestracyjnym. W przypadku braku odpowiedzi na wysyłkę mailową Wykonawca wykona do 3 telefonów do danej osoby z listy w celu skutecznej rekrutacji. W przypadku zbyt małej liczby zrekrutowanych uczestników eventu w terminie uzgodnionym z Zamawiającym, Wykonawca przeprowadzi rekrutację dodatkową z poszerzonej listy zawierającej do 50 nazwisk/kategorii instytucji, którą dostarczy Zamawiający. Pozostałe osoby zostaną wskazane przez Zamawiającego – dotyczy to głównie gości VIP, którzy zostaną zaproszeni bezpośrednio przez Zamawiającego.
- d) Wykonawca zobowiązuje się do udostępnienia kontaktu roboczego do pracownika, który ze strony Wykonawcy będzie odpowiedzialny za stały kontakt (7 dni w tygodniu) w przypadku

zgłaszania awarii (istotne błędy) lub incydentu bezpieczeństwa oraz do kontaktu ze strony osób zapraszanych.

e) Wykonawca zobowiązany jest do przestrzegania przepisów ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2016 r. poz. 922). Zamawiający powierzy wykonawcy na podstawie art. 31 ustawy o ochronie danych osobowych przetwarzanie danych osobowych w imieniu i na rzecz Ministra Rozwoju i Finansów. Zakres powierzonych do przetwarzania danych osobowych: imię i nazwisko uczestnika, nazwa i adres instytucji, stanowisko, nazwa komórki organizacyjnej, adres e-mail uczestnika.

f) Wykonawca uzgodni z Zamawiającym i zapewni jedzenie typu finger food w trybie ciągłym (co najmniej 5 typów potraw) oraz obiad w wersji bufetowej, przy czym koszt wyżywienia na uczestnika nie może być niższy niż 220,00 zł brutto. Menu obiadu (Wykonawca przedstawi 2 propozycje menu – kuchnia lekka, nowoczesna) powinno zawierać:

- napoje zimne (serwowane bez ograniczeń),
- napoje gorące: kawa, herbata, (łącznie co najmniej 300 ml na osobę) dodatki – mleko, cukier, cytryna;
- przekąski zimne – co najmniej 4 propozycje, w tym jedna wegetariańska i jedna rybna oraz pieczywo i masło (łącznie co najmniej 100g na osobę);
- sałaty i sałatki – co najmniej 4 propozycje, w tym jedna wegetariańska (łącznie co najmniej 100g na osobę);
- zupy – 2 propozycje (co najmniej 300 ml na osobę);
- danie główne – co najmniej 4 propozycje łącznie z dwoma dodatkami skrobiowym oraz dwoma dodatkami do dania głównego (co najmniej 450-500 g na osobę, w tym porcja mięsna, rybna lub jarska nie mniej niż 150 g),
- deser: sałatka owocowa (co najmniej 150 g na osobę) i co najmniej 3 rodzaje ciast (łącznie co najmniej 100g na osobę).

Jako dodatek skrobiowy rozumie się ziemniaki, ryż, kaszę lub makaron. Jako dodatek do dania głównego rozumie się warzywa sezonowe. Danie główne obejmować będzie potrawy mięsne (dwa rodzaje), rybne (jeden rodzaj), jarskie (jeden rodzaj).

UWAGA: Po ustaleniu menu Wykonawca dostarczy do siedziby Zamawiającego próbki potraw. Zamawiający oceni walory smakowe przedstawionych próbek i jeżeli nie spełnią one jego oczekiwań Wykonawca będzie zobowiązany do korekty menu. Wszystkie potrawy wymienione w ostatecznym menu muszą uzyskać akceptację Zamawiającego na podstawie próbek. Potrawy podane w trakcie eventu nie mogą odbiegać pod względem jakościowym od zaakceptowanych przez Zamawiającego próbek.

g) Wykonawca zaprojektuje, przygotuje i rozdystrybuuje wśród uczestników eventu materiały konferencyjne w postaci raportu podsumowującego, o którym mowa niżej oraz obradowanego upominku o wartości nieprzekraczającej 50,00 zł/szt., uzgodnionego z Zamawiającym. Podczas eventu podsumowującego na sali powinny być dostępne materiały piśmiennicze do użytku dla gości.

- h) W dalszej części event przekształci się w festiwal muzyczny dla zamkniętej grupy gości eventu podsumowującego. Wykonawcami będą artyści związani z realizacją projektów kulturalnych w ramach Funduszy lub artyści związani z krajami-darczyńców (np. muzycy Akademii Muzycznej w Łodzi, zespół Śląsk, artyści związani z festiwalem PUNKT EKLEKTIK SESSION, Jan Garbarek);
5. Stworzenie i wydanie drukowanego raportu podsumowującego w języku polskim i angielskim, stanowiącego ciekawy w formie i treści folder oraz jego rozszerzonej wersji elektronicznej w obu językach. Minimalne wymagania techniczne dla wersji drukowanej: nakład 500 szt., ilość stron 18-22, papier wysokiej jakości, format min. 21x27 cm, forma raportu musi zakładać możliwość dalszego wykorzystania przez czytelnika zawartych w nim zdjęć np. poprzez łatwe wypięcie fotografii z pojedynczego egzemplarza. Sposób realizacji zostanie określony w uzgodnieniu z Wykonawcą po podpisaniu umowy.

Wskazówki dotyczące kreacji: Lekka, nowoczesna, symboliczna, prezentująca efekty wdrażania Funduszy od „ludzkiej strony”, wykorzystująca dużo dynamicznych ujęć i zdjęć z lotu ptaka. Filmy z ciekawym podkładem muzycznym i odpowiednio dobranym lektorem.

II. Kompleksowa realizacja opracowanego planu promocji, o którym mowa w pkt. I, w szczególności:

1. Zdobycie informacji i materiału nt. Funduszy i realizowanych projektów, w tym wykonanie sesji foto i video;
2. Przygotowanie i produkcja materiałów, w tym 2 wersji kreacji spotu TV w ramach 1 linii kreatywnej;
3. Zaprojektowanie i przygotowanie wizualnej identyfikacji eventu podsumowującego oraz festiwalu, w tym w szczególności scenografii, oświetlenia, oprawy dźwiękowej.
4. Wykonawca zapewni znanego moderatora eventu podsumowującego oraz festiwalu (tj. dziennikarza/dziennikarkę, aktora/aktorkę, prezentera/prezenterkę), który powinien posiadać doświadczenie w prowadzeniu eventów o podobnym charakterze. Osoba ta będzie także lektorem dla nagrywanych materiałów przeznaczonych do prezentacji podczas eventu podsumowującego. Wykonawca zobowiązany będzie do przedstawiania Zamawiającemu nazwisk moderatorów do momentu uzyskania akceptacji.
5. Wykonawca zapewni obsługę hostów/hostess oraz obsługę techniczną podczas eventów oraz festiwalu.
6. Wykonawca zapewni niezbędny sprzęt techniczny, ekspozycyjny i multimedialny (np. telebim, press wall, monitory, nagłośnienie).
7. Wykonawca zapewni ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej (OC) wobec osób trzecich (za szkody majątkowe i osobowe) na sumę 1 000 000,00 zł na okres trwania eventów (tj. akcji ambientowych, flash mob oraz eventu podsumowującego) oraz prac montażowych i demontażu. Wykonawca, najpóźniej w dniu podpisania umowy, przedstawi Zamawiającemu do wglądu kopię opłaconej polisy.

8. Zakup czasu antenowego i emisja w mediach przy zachowaniu poniższych parametrów:
 - a) długość kampanii medialnej: 4 tyg., w tym co najmniej 3 tyg. w TV ogólnopolskiej,
 - b) formaty kampanii medialnej: realizacja kampanii w Internecie w oparciu o format video (rozliczanej za pełne obejrzenia), realizacja kampanii w TV ogólnopolskiej w oparciu o spoty w formacie 15 lub 30 sek., realizacja ogólnopolskiej kampanii w radiowej w oparciu o spoty w formacie 30 sek.;
 - c) co najmniej 40% emisji w TV powinna być w czasie Prime Time (godz. 18:00-23:00);
 - d) udział stacji TV określanych jako TOP 4 musi wynosić co najmniej 30%;
 - e) co najmniej 25% emisji w stacjach radiowych powinna być w czasie Prime Time (godz. 6:30-9:00 i 15:30-18:00);
9. Stała współpraca z Zamawiającym w trakcie realizacji przedmiotu zadania, w szczególności w zakresie udzielania Zamawiającemu wszelkich niezbędnych informacji związanych z jego prawidłowym wykonaniem. Wykonawca ma obowiązek konsultowania i uzyskiwania akceptacji Zamawiającego w odniesieniu do wszystkich elementów kreacji powstałych po zawarciu umowy;
10. Przygotowanie i dostarczenie odpowiedniej ilości nośników emisyjnych wraz z metryczkami do stacji telewizyjnych i radiowych – zgodnie z warunkami technicznymi nadawców, w terminach przez nich wskazanych,
11. Prowadzenie biura prasowego akcji w uzgodnieniu z Wydziałem Prasowym w MR oraz przeprowadzenie działań z zakresu PR zgodnie z zaproponowaną koncepcją,
12. Przedstawienie raportu z wykonania zamówienia, w tym raportu poemisyjnego. Elementy obligatoryjne raportu:
 - a) analiza skuteczności kampanii w formie opisowej, w podziale na telewizję, radio, Internet, przedstawiająca faktycznie osiągnięte parametry kampanii wraz z harmonogramem emisji w dniach oraz całkowitą liczbą emisji,
 - b) parametry Kampanii w układzie planowane/zrealizowane dla całej Kampanii tj.:
 - rozkład oglądalności i słuchalności spotu w punktach GRP w podziale na: tygodnie emisji, pory dnia – ze wskazaniem wykorzystania prime time, poszczególne stacje telewizyjne i radiowe,
 - zasięg Kampanii w grupie docelowej z podziałem na media,
 - rozkład zasięgu,
 - średni koszt zakupu jednego punktu GRP.
 - c) raport poemisyjny, zawierający informację na temat osiągniętych parametrów kampanii w układzie planowane/zrealizowane dla całej kampanii i podpisane przez osobę upoważnioną, należy przedstawić do 10 dni od zakończenia emisji w:
 - formie pisemnej w 1 egzemplarzu,

- formie elektronicznej (np. na płycie CD).

d) w przypadku telewizji, dane wskazane w raporcie muszą być potwierdzone przez niezależny instytut badawczy np. poprzez podpisanie bezpośrednio na dokumencie przez uprawnionego pracownika niezależnego instytutu badawczego, natomiast w przypadku radia, Internetu należy przedstawić oświadczenia o wykonanej liczbie emisji podpisane/przygotowane przez jednostki realizujące kampanię np. poprzez podpisanie bezpośrednio na dokumencie przez uprawnionego pracownika danej stacji radiowej, wydawcy.

13. Dostarczenie Zamawiającemu wykonanych elementów kreacji przedmiotu zamówienia na nośniku elektronicznym,
14. Przeniesienie praw autorskich/licencji do powstałych w wyniku realizacji zadania utworów, na warunkach wskazanych w § 6 umowy.