

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (SOPZ)

I. Prezentacja przedmiotu kampanii

1. Obecna sytuacja jakości powietrza w Polsce i województwie śląskim.
2. Dotychczasowe działania w zakresie komunikacji dot. poprawy jakości powietrza w Polsce

i w województwie śląskim.

Informacje są dostępne w Strategii komunikacji społecznej i edukacyjnej w zakresie walki ze smogiem na terenie województwa śląskiego, stanowiącej załącznik nr 1 do SOPZ.

II. Informacje ogólne o kampanii

1. Cel kampanii

Cel strategiczny:

- Budowanie świadomości na temat możliwości podjęcia indywidualnych zmian i dostarczanie praktycznej wiedzy na temat źródeł problemu oraz opis narzędzi rozwiązywania problemu.

Cele komunikacyjne:

- Poinformowanie o uchwale Sejmiku Województwa Śląskiego w sprawie wprowadzenia na obszarze województwa śląskiego ograniczeń w zakresie eksploatacji instalacji, w których następuje spalanie paliw;
- Wzmacnianie właściwych postaw wobec zjawiska smogu wśród mieszkańców województwa poprzez poszerzenie praktycznej wiedzy oraz zachęcenie do podejmowania inicjatyw, działań naprawczych;
- Demonstrowanie konkretnych korzyści racjonalnych i emocjonalnych jakie wynikają z walki ze smogiem;
- Ukazanie zestawu narzędzi do walki ze smogiem (narzędzia doraźnie strategiczne);
- Wskazanie tzw. „dobrych praktyk” jako zestawu porad dla społeczności województwa śląskiego, które stanowią kompendium wiedzy dla kształtowania właściwych postaw;
- Zachęcenie i zmotywowanie przedstawicieli wszystkich grup docelowych poprzez dostarczenie im niezbędnej wiedzy i profesjonalnych informacji na temat źródeł problemu i potencjalnych rozwiązań;
- Budowanie wizerunku województwa śląskiego jako regionu, który sprawnie i dynamicznie przeciwdziała zjawisku smogu oraz posiada odpowiedni zestaw narzędzi do walki z problemem.

2. Zasięg kampanii

Kampania będzie miała charakter regionalny – teren województwa śląskiego.

W związku z tym należy wykorzystać media o zasięgu max. regionalnym (w przypadku Internetu – geotargetowanie na region).

3. Grupa docelowa

Mieszkańcy województwa śląskiego. W ramach planowanych działań komunikacyjnych należy brać pod uwagę trzy segmenty grupy docelowej odbiorców indywidualnych, które można wyróżnić opierając się o czynniki:

1. *Demograficznie:*

- wiek: dzieci i młodzież (w wieku szkolnym), dorośli, osoby starsze;
 - miejsce zamieszkania: mieszkańcy dużych i średnich miast, mieszkańcy małych miast i obszarów wiejskich;
 - poziom materialny: niski, średni, wysoki;
2. *Behawioralne:*
- świadomi/aktywni;
 - nieświadomi/pasywni;
 - nieufni/oporni.
3. *Kanały dotarcia:*
- internetowi/mobilni: osoby młode (dzieci i młodzież), dorośli, aktywni;
 - media tradycyjne: wszyscy;
 - kanały bezpośrednie: osoby starsze, mieszkańcy terenów wiejskich, dzieci w szkołach.
- 4. Termin kampanii**
- Przedmiot zamówienia będzie realizowany w terminie od dnia zawarcia umowy do 30 listopada 2019 r. Start kampanii powinien nastąpić w możliwie szybkim terminie umożliwiającym jej prawidłowe przeprowadzenie. Termin rozpoczęcia kampanii Wykonawca musi uzgodnić z Zamawiającym.
- 5. Spójność**
- Wykonawca zobowiązany jest w ramach realizacji umowy do stworzenia spójnej koncepcji kreatywnej dla zaplanowanych w ramach kampanii działań. Wszystkie działania związane z realizacją kampanii muszą być spójne. Komunikaty w poszczególnych mediach powinny się wzajemnie uzupełniać i wspierać (zarówno treściowo, jak i czasowo), tak aby dawały efekt synergii.
- 6. Linia graficzna**
- Koncepcja kreatywna kampanii musi być spójna z Manuałem systemu identyfikacji wizualnej Śląskie stanowiącym załącznik nr 2 do SOPZ, obejmujący m.in. zasady używania logo województwa śląskiego.
- 7. Kanały komunikacji**
- W kampanii zostaną wykorzystane głównie kanały tj.:
- a) Internet (media społecznościowe),
 - b) prasa (regionalna i lokalna).
- 8. Styl i język komunikacji**
- Styl i język komunikacji musi być zgodny z zapisami w Strategii komunikacji społecznej i edukacyjnej w zakresie walki ze smogiem na terenie województwa śląskiego, stanowiącej załącznik nr 1 do SOPZ.
- 9. Prawa autorskie**
- W ramach wynagrodzenia Wykonawca przekaże Zamawiającemu wszelkie autorskie prawa majątkowe do korzystania z wykonanych przez Wykonawcę utworów bez ograniczeń co do terytorium, czasu, liczby egzemplarzy.

III. Zadania dla Wykonawcy

Zadanie 1.

Przygotowanie koncepcji kreatywnej kampanii (tj. pomysł na jednolity i spójny sposób komunikowania się z odbiorcą przekazu reklamowego, który określa spójną szatę graficzną, napisy, logotypy, sformułowania, hasła reklamowe), w tym w szczególności:

- a) big idea (motyw przewodni),
- b) hasło kampanii,
- c) key visual (dla projektów graficznych na potrzeby kampanii).

Idea kampanii powinna być:

- na tyle silna, aby można było na jej bazie rozwinąć całą kampanię,
- interesująca, angażująca, intrygująca,
- odpowiadać na potrzeby grupy docelowej.

Koncepcja kreatywna musi być zgodna ze Strategią komunikacji społecznej i edukacyjnej w zakresie walki ze smogiem na terenie województwa śląskiego, stanowiącą załącznik nr 1 do SOPZ.

Zadanie 2.

Współpraca przy organizacji konferencji prasowej otwierającej kampanię, polegająca na:

- opracowaniu merytorycznym materiałów prasowych, wystąpień prowadzących konferencję prasową, oraz przygotowaniu prezentacji multimedialnej na potrzeby konferencji prasowej,
- przygotowaniu materiałów prasowych dla 30 dziennikarzy na konferencję prasową (tj. zestaw dla każdego dziennikarza powinien składać się z: torby papierowej, pendriva z wszystkimi materiałami dotyczącymi kampanii, kolorowego wydruku informacji prasowej w formacie A4 oraz długopisu).

Wszystkie materiały stworzone przez Wykonawcę muszą uzyskać akceptację Zamawiającego.

Zadanie 3.

Przygotowanie 20 postów do opublikowania na profilu Facebook Zamawiającego, w tym także opracowanie merytoryczne i zaprojektowanie niezbędnych materiałów graficznych (np. infografik) na potrzeby postów.

Wszystkie materiały stworzone przez Wykonawcę muszą uzyskać akceptację Zamawiającego.

Zadanie 4.

Zaprojektowanie graficzne i produkcja, w tym także opracowanie merytoryczne, 3 filmów (typu ręcznie rysowanych video explainerów) o czasie trwania 30 sekund do zamieszczenia w mediach społecznościowych i stronach www, przez cały okres trwania kampanii, w tym w szczególności:

- przedstawienie 3 scenariuszy i produkcja 3 filmów na podstawie scenariuszy zaakceptowanych przez Zamawiającego. Materiał powinien być zrealizowany w lekkiej formie, przykuwający uwagę w oparciu o ciekawy pomysł, z wykorzystaniem muzyki, która powinna być dopasowana klimatem do tematyki filmu. Wykonawca zapewni wybór lektora z pośród co najmniej 3 propozycji.

Styl i forma do uzgodnienia z Zamawiającym. Scenariusze muszą uwzględniać fakt, że mają to być filmy głównie do odtwarzania w Internecie, więc przekaz i treści zawarte w nich muszą być łatwe w odbiorze. Dodatkowo mogą się w nich znaleźć elementy budujące napięcie, humorystyczne, wywołujące pozytywne emocje, angażujące widza i zachęcające do udostępniania w mediach społecznościowych. Wszystkie filmy powinny być zgodne ze standardem WCAG 2.0 na poziomie AA. Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania dla każdego z powstałych filmów wideo dwóch wersji: z lektorem oraz napisami i lektorem (napisy powinny przedstawiać tekstową wersję tego, co słychać na wideo, tj. wypowiedzi oraz informacje niezbędne do zrozumienia treści). Tekst musi być czytelny, o odpowiednim kontraście i czasie wyświetlania. Filmy powinny zostać dostarczone Wykonawcy w postaci: umożliwiającej ich zamieszczenie w mediach społecznościowych, na stronach www, umożliwiającej ich projekcję w jakości Full HD. Przykładowe tematy: jak uzyskać dofinansowanie do wymiany źródła ciepła, kiedy należy wymienić urządzenie grzewcze zgodnie z uchwałą antysmogową, negatywne skutki gospodarcze złej jakości powietrza.

Wszystkie materiały stworzone przez Wykonawcę muszą uzyskać akceptację Zamawiającego.

Zadanie 5.

Zaprojektowanie graficzne, w tym także opracowanie merytoryczne, 4 infografik, będących informacją graficzną i wizualizacją danych (tj. zawierających mapy, tabele, wykresy itp.), gdzie przedstawiono informacje w skondensowany sposób. Infografiki muszą być dostosowane do możliwości ekspozycji w mediach społecznościowych i stronach www.

Wszystkie materiały stworzone przez Wykonawcę muszą uzyskać akceptację Zamawiającego.

Zadanie 6.

Publikacja 2 artykułów tematycznych dot. niskiej emisji w prasie o zasięgu całego województwa śląskiego, w terminie ustalonym z Zamawiającym, w tym:

- zakup powierzchni reklamowej zgodnie z wymaganiami:
 - o Zamawiający nie dopuszcza publikacji artykułów tematycznych w prasie, w której przeważają treści o charakterze sensacji i skandalu; niedopuszczalne są także strony z nekrologami, repertuarami, komunikatami, informacjami o przetargach, strony miejskie (dodatki miejskie w dziennikach ogólnopolskich), strony motoryzacyjne, sportowe i kulturalne;
 - o data emisji – dowolny dzień tygodnia pomiędzy poniedziałkiem a czwartkiem.
- opracowanie edytorskie, przygotowanie do druku i zamieszczenie w prasie ww. artykułów zgodnie z wymaganiami:
 - o format: moduł (do 1/2 strony),
 - o pełny kolor.

Zamawiający przekazuje Wykonawcy treść artykułów do publikacji.

Wszystkie materiały stworzone przez Wykonawcę muszą uzyskać akceptację Zamawiającego.

Zadanie 7.

Opracowanie scenariuszy lekcji wraz z prezentacjami multimedialnymi odpowiednie do przeprowadzenia zajęć przez nauczycieli na każdym poziomie nauczania (przedszkola, szkoły podstawowe i średnie) obejmujące tematykę zgodną z zakresem realizowanej kampanii. Scenariusze i prezentacje powinny być przygotowane w wersji elektronicznej (odpowiednio .DOC, .PDF i .PPT).

Wszystkie materiały stworzone przez Wykonawcę muszą uzyskać akceptację Zamawiającego.

Zadanie 8.

Zaprojektowanie graficzne i zakup następujących materiałów wystawienniczych:

- roll-up aluminiowy z segmentu premium, z solidną i lekką konstrukcją pozwalającą na szybkie składanie i rozkładanie systemu, z szeroką podstawą gwarantującą jego stabilność. Wysokiej jakości torba w komplecie. Materiały: aluminium, PVC, wydruk na banerze. Wymiar rollupa: 100x215 cm – 2 sztuki.

Wszystkie materiały stworzone przez Wykonawcę muszą uzyskać akceptację Zamawiającego.

Zadanie 9.

Wykonawca opracuje i przekaze Zamawiającemu podstawową księgę identyfikacji wizualnej dla kampanii zawierającą min. logo/logotypy, kolorystykę, krój pisma, motywy graficzne, wzory dla materiałów promocyjnych w postaci opisowej i plików graficznych do wykorzystania w druku (CMYK) i na ekran (RGB). Forma opisowa powinna być przekazana w formie kolorowego wydruku A4 i elektronicznie (PDF). Pliki graficzne powinny być przekazane na płycie CD/DVD w formatach: .JPG, .EPS, .AI, .PDF, .PNG.

IV. Informacje dotyczące wymagania zatrudnienia na podstawie umowy o pracę

1. Zamawiający wymaga, aby czynność w zakresie realizacji przedmiotu zamówienia obejmująca obsługę administracyjno – biurową Zamawiającego* przez Wykonawcę lub Podwykonawcę była wykonywana przez osobę zatrudnioną na podstawie umowy o pracę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. – Kodeks pracy (tekst jednolity: Dz. U. z 2019 r., poz. 1040 z późn. zm.). W przypadku osób prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą lub wspólników spółek osobowych i kapitałowych niezatrudniających pracowników, Zamawiający zastrzega a Wykonawca potwierdza, że ww. czynności w zakresie realizacji przedmiotu zamówienia wykonają osobiście osoby prowadzące jednoosobową działalność gospodarczą lub wspólnicy spółek osobowych i kapitałowych.

*Przez obsługę administracyjno-biurową Zamawiający rozumie w szczególności:

- a) bieżący kontakt i współpracę z Zamawiającym w zakresie wynikającym z realizacji przedmiotu zamówienia,
- b) koordynację wszystkich działań związanych z realizacją przedmiotu zamówienia.

2. W dniu zawarcia umowy Wykonawca wskaże osobę wykonującą czynność określoną w pkt 1 zatrudnioną na podstawie umowy o pracę.

3. Zamawiający jest uprawniony do kontroli spełnienia przez Wykonawcę wymagań dotyczących zatrudnienia osoby, o której mowa w pkt 1. Wykonawca jest zobowiązany do złożenia oświadczenia o jej zatrudnieniu/zatrudnianiu wraz z przystąpieniem do zawarcia umowy. Oświadczenie musi zawierać co najmniej informacje, o których mowa w pkt 4.
4. Zamawiający może zażądać przedłożenia do wglądu kopii dokumentacji kadrowo-płacowej Wykonawcy związanej z zatrudnieniem osoby, o której mowa w pkt 1. Do takiej weryfikacji niezbędne są następujące informacje: oznaczenie stron, rodzaj umowy, data zawarcia umowy i okres jej obowiązywania, wymiar czasu pracy, stanowisko pracownika (rodzaj wykonywanej pracy), miejsce wykonywania pracy.
5. Zamawiający zastrzega, że Wykonawca zobowiązany jest zanonimizować pozostałe dane dotyczące pracownika. Za wszelkie wyniki szkody w przypadku nie dokonania anonimizacji lub dokonania wadliwej anonimizacji odpowiada Wykonawca.

V. Informacje dotyczące dostępności dla osób niepełnosprawnych

Zamawiający wymaga, aby w miarę zaistnienia możliwości artykuły promocyjne były zaprojektowane i wykonane w sposób ergonomiczny, łatwy do użytkowania przez wszystkich użytkowników w tym osoby niepełnosprawne.

VI. Informacja o współfinansowaniu ze środków unijnych

Wykonawca zobowiązuje się do zamieszczania na wytworzonych materiałach informacji o finansowaniu przedmiotu umowy ze środków projektu zintegrowanego LIFE „Wdrażanie Programu ochrony powietrza dla województwa małopolskiego – Małopolska w zdrowej atmosferze” wraz z logotypami.

Zamawiający przekaże Wykonawcy ww. informację i logotypy po zawarciu umowy.

Załączniki:

- Załącznik nr 1. Strategia komunikacji społecznej i edukacyjnej w zakresie walki ze smogiem na terenie województwa śląskiego
- Załącznik nr 2. Śląskie. Manual systemu identyfikacji wizualnej