

Ogłoszenie o planowanym zapytaniu ofertowym na opracowanie i realizację radiowej kampanii promocyjno-edukacyjną w ramach RPO WM 2007-2013. Propozycja udzielenia zamówienia w trybie „Bez stosowania PZP ” zgodnie z art. 4 pkt. 3 lit. g) i lit. h) ustawy PZP (Dz. U. z 2007 r., Nr 223, poz. 1655).

Mazowiecka Jednostka Wdrażania Programów Unijnych zaprasza Wykonawców zainteresowanych poniższym zamówieniem do przesłania na adres mailowy a.lopienska@mazowia.eu oraz m.gajek@mazowia.eu swojego adresu mailowego do korespondencji **do dnia 24.06.2010 r., do godz. 12.00.**

LP	Opis podstawowych informacji nt. zamówienia	Sposób udzielenia zamówienia, tryb	Kryteria doboru	Uwagi
1	Przedmiot zamówienia: opracowanie i realizacja radiowej kampanii promocyjno-edukacyjnej w ramach RPO WM 2007-2013.	Bez stosowania PZP na podstawie art. 4 ust. 3 lit. g) i h) ustawy Prawo Zamówień Publicznych (Dz.U. z 2007r., Nr 223, poz. 1655).	Cena	
2	Główne założenia kampanii: – Zasięg terytorialny kampanii: województwo mazowieckie.			Stacja radiowa/stacje radiowe muszą obejmować swoim zasięgiem oprócz Warszawy i aglomeracji warszawskiej, co najmniej trzy miasta, w których znajdują się oddziały zamiejscowe Zamawiającego (Płock, Radom, Siedlce, Ostrołęka, Ciechanów).
	– Grupa docelowa: mieszkańcy woj. mazowieckiego - potencjalni Beneficjenci RPO WM 2007-2013, w wieku 18-55+.			
	– GRP kampanii: minimum 215			
	– Zasięg całej kampanii wyrażony w ilości osób: minimum 1 000 000			
	– Termin kampanii: I etap: 14 dni – sierpień 2010 r., II etap: 14 dni – październik 2010.			Emisja spotów zapowiadających: piątek, sobota, niedziela – przed rozpoczęciem każdego etapu kampanii. I etap: minimum 12 emisji łącznie w każdej stacji radiowej, II etap: minimum 12 emisji łącznie w każdej stacji radiowej, Długość spotu – co najmniej 30 sekund. Emisja tzw. promosów/jingli: niedziela, poniedziałek, wtorek, środa, czwartek, przy czym pierwszy promos będzie wyemitowany na dzień przez rozpoczęciem quizu-zabawy. I etap: minimum 50 emisji łącznie w każdej stacji radiowej, II etap: minimum 50 emisji łącznie w każdej stacji radiowej. Długość promosa/jingla – co najmniej 30 sekund. Emisja quizu-zabawy: Dni robocze (bez sobót i niedziel). I etap: 10 wejść łącznie w każdej stacji radiowej, II etap: 10 wejść łącznie w każdej stacji radiowej. Minimalny czas trwania quizu-zabawy – co najmniej 1 minuta.

3	Cechy kampanii: – formuła atrakcyjna, interesująca, dynamiczna i zabawna dla słuchaczy, – musi budzić pozytywne skojarzenia nt. RPO WM 2007-2013 oraz Unii Europejskiej, – musi dotrzeć do jak największej liczby odbiorców-słuchaczy na terenie Mazowsza (zbudować jak największy zasięg efektywny), – musi mieć formę quizu-zabawy, gdzie odbiorcy zdobywają wiedzę, a ich zaangażowanie jest „budowane” i wzrasta wraz z trwaniem kampanii (Wykonawca zaproponuje system motywacyjny dla Uczestników quizu), – musi zachęcić słuchaczy do interakcji z prowadzącym quiz-zabawę poprzez odpowiednie motywatory.			
4	Realizacja zamówienia obejmuje: – Opracowanie propozycji koncepcji kampanii oraz scenariusza quizu-zabawy.			Na etapie składania oferty
	– Opracowanie minimum 3 propozycji spotu zapowiadającego oraz 3 propozycji promosa lub jingla z oznaczeniem sponsorskim. – Czas trwania spotu zapowiadającego: minimum 30 sekund. – Czas trwania promosa lub jingla: minimum 30 sekund. – Minimalny czas trwania quizu-zabawy: 1 minuta.			Po wyborze Wykonawcy
	– Sporządzenie regulaminu quizu-zabawy oraz nadzór prawnika nad prawidłowym przebiegiem quizu-zabawy.			Po wyborze Wykonawcy
	– Produkcja/emisja/zakup czasu antenowego: – spotu zapowiadającego quiz-zabawę: - I etap: minimum 12 emisji łącznie w każdej stacji radiowej, - II etap: minimum 12 emisji łącznie w każdej stacji radiowej, - długość spotu – co najmniej 30 sekund, - emisja spotu w godzinach największej słuchalności – wybór poparty aktualnymi badaniami z bieżącego kwartału, – promosa lub jingla: - I etap: minimum 50 emisji łącznie w każdej stacji radiowej, - II etap: minimum 50 emisji łącznie w każdej stacji radiowej, - długość promosa/jingla – co najmniej 30 sekund, - emisja w godzinach największej słuchalności – wybór poparty aktualnymi badaniami z bieżącego kwartału,			Po wyborze Wykonawcy

	– quizu-zabawy: jedno wejście dziennie w każdej stacji radiowej, w porannym drive time pomiędzy 8.00-8.30 (stała pora wejścia) tj. 10 wejść dla każdego etapu w każdej stacji radiowej, – kompozycji muzycznych/ilustracji dźwiękowych/lektora spójnych dla wszystkich elementów kampanii (co najmniej 3 propozycje do wyboru), – innych elementów przewidzianych w ofercie Wykonawcy i zaakceptowanych przez Zamawiającego (np. systemu motywacyjnego).			
	– zamieszczenie na stronie internetowej stacji radiowej/stacji radiowych informacji nt. quizu-zabawy, logotypów RPO WM 2007-2013 oraz formułki o współfinansowaniu etc. Przekaz na stronie internetowej musi być zlinkowany ze stroną internetową Zamawiającego.			Po wyborze Wykonawcy
	– obsługa kampanii: – opiekun projektu, – redaktor prowadzący quiz-zabawę, – prawnik/kancelaria prawnicza – nadzór nad prawidłowym przebiegiem quizu-zabawy, – obsługa techniczna, oraz obsługa strony www Wykonawcy – aktualizacja informacji na temat quizu-zabawy w każdej stacji radiowej, – inna obsługa przewidziana w ofercie Wykonawcy i zaakceptowana przez Zamawiającego.			Po wyborze Wykonawcy
	– archiwizacja wszystkich treści kampanii na CD/DVD.			Po wyborze Wykonawcy
5	– Przekazanie Zamawiającemu majątkowych praw autorskich bez ograniczeń i na wszystkich polach eksploatacji.			Po wyborze Wykonawcy

UWAGI:

- Wszystkie elementy kampanii (quiz-zabawa, spot, promos/jingle) muszą być spójne i charakterystyczne dla całej kampanii RPO WM 2007-2013 nawet jeśli kampania będzie emitowana w różnych stacjach radiowych.
- Każdy z elementów kampanii będzie podlegał modyfikacjom i ostatecznej akceptacji Zamawiającego.
- Wszystkie elementy kampanii (np. spot, materiały promocyjne) muszą posiadać obowiązkowo informację nt. współfinansowania oraz logotypy RPO WM 2007-2013.

Zainteresowani Wykonawcy przedstawiają ofertę zawierającą:

- propozycję koncepcji kampanii wraz ze scenariuszem quizu-zabawy,
- dokładny harmonogram emisji promosów/jingli, spotów zapowiadających, quizu-zabawy (termin, ilość, czas) wraz z tzw. ramówką stacji,
- media plan zawierający GRP oraz zasięg terytorialny,
- aktualne badania słuchalności
- kosztorys zawierający łączną cenę netto i brutto z podaniem wysokości VAT.

Wymagania obligatoryjne:

Wszystkie przekazy na wszystkich nośnikach kampanii muszą uwzględniać odpowiednie wymagania z zakresu informacji i promocji (w tym wizualizacji) oraz źródło finansowania. Obowiązkowo muszą zawierać logo RPO WM 2007-2013, w tym obowiązkowo logo Unii Europejskiej opatrzone słowami „Unia Europejska, Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego”, hasło RPO WM i informację słowną o źródłach finansowania:

- logo RPO WM:

w kolorze:



lub w wersji czarno-białej:



- hasło RPO WM:

dla rozwoju Mazowsza

- informacja o źródłach finansowania kampanii:
„Wydatek współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013 oraz ze środków budżetu województwa mazowieckiego”.
- ilekroć będzie mowa o stronie „www” to do stosowania będzie:
„www.mazowia.eu”;
- ilekroć będzie mowa o „infolinii” to do stosowania będzie:
„0 801 101 101”.