

ZAPYTANIE OFERTOWE

Wydatek współfinansowany z Europejskiego Funduszu Społecznego

Usługa dotycząca produkcji materiałów reklamowych, zakupu nośników oraz emisji materiałów reklamowych – na potrzeby Mazowieckiej Jednostki Wdrażania Programów Unijnych, w związku z prowadzonymi działaniami informacyjno-promocyjnymi dotyczącymi Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa 2014-2020 (RPO WM)

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

1. Zamówienie obejmuje:
 - 1) opracowanie harmonogramu prac dla wszystkich działań prowadzonych w trakcie realizacji kampanii od dnia podpisania umowy do jej zakończenia,
 - 2) opracowanie i wdrożenie strategii mediowej oraz media planów uwzględniających planowane terminy przeprowadzenia kampanii,
 - 3) zakup mediów wraz z nośnikami oraz emisja/ekspozycja/publikacja materiałów reklamowych w poszczególnych mediach,
 - 4) produkcja wybranych materiałów reklamowych, w tym m.in. spotów, plakatów, banerów – na podstawie narzuconej koncepcji kreatywnej oraz zgodnie z koncepcją Zamawiającego,
 - 5) zakończenie i podsumowanie realizacji zamówienia, w tym:
 - a) bieżące przekazywanie raportów z realizacji poszczególnych części zamówienia, tj. po zakończeniu każdej z fal/odstón, zawierających dokumenty potwierdzające emisję poszczególnych materiałów reklamowych oraz realizację wskaźników mediowych zgodnie z założeniami,
 - b) przekazanie wersji archiwalnych wszystkich materiałów reklamowych wyprodukowanych w ramach kampanii.
2. Ramy czasowe zamówienia: realizacja zamówienia (wraz z przekazaniem materiałów archiwalnych i raportu końcowego) musi być zakończona do **20 grudnia 2017 r.**

II. CELE REALIZACJI ZAMÓWIENIA

1. Cele realizacji zamówienia:
 - 1) aktywizacja mieszkańców województwa mazowieckiego do ubiegania się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach RPO WM,
 - 2) informowanie potencjalnych beneficjentów o wybranych naborach do konkursów ogłaszanych przez Mazowiecką Jednostkę Wdrażania Programów Unijnych (MJWPU).

III. WYTYCZNE DOTYCZĄCE PRODUKCJI MATERIAŁÓW REKLAMOWYCH

1. Zadaniem Zamawiającego będzie produkcja:
 - a) minimum 8 spotów 15-sekundowych wyprodukowanych w technice 2D,
 - b) 3 pakietów banerów do 3 fal kampanii, w tym: minimum 50% Double Billbord 750x200 pixeli, pozostałe banery animowane: grafika – flash – 2-4 odstony,
 - c) 3 wzorów plakatów do ramek w metrze wraz z drukiem i zapewnieniem montażu/demontażu po zakończeniu kampanii (3 x 100 szt.),
 - d) 3 wzorów plakatów A3 do ramek w WKD wraz z drukiem i zapewnieniem montażu/demontażu po zakończeniu kampanii (3 x 40 szt.),
 - e) 3 wzorów plakatów do ramek Kolejach Mazowieckich wraz z drukiem i zapewnieniem montażu/demontażu po zakończeniu kampanii (3 x 200 szt.),
 - f) zaprojektowanie minimum 6 projektów artykułów/ogłoszeń prasowych do 9 tytułów (+ 54 przeformatowania graficzne w celu dostosowania projektów do wymogów każdego dziennika) - format $\frac{1}{4}$ strony.
2. Materiały mają być przygotowywane zgodnie z koncepcją i szczegółowymi wytycznymi przekazanymi przez Zamawiającego.
3. Materiały mogą być przygotowane na bazie stockowych materiałów graficznych udostępnionych przez Zamawiającego (materiały zakupione przez Zamawiającego w ramach abonamentu w Fotolii).
4. Wykonawca może zaproponować wykorzystanie innych materiałów graficznych, ale w takim przypadku po jego stronie będzie leżało pokrycie kosztów zakupu tych materiałów (z uwzględnieniem kosztów licencji/przeniesienia własności praw autorskich na Zamawiającego).
5. W trakcie przygotowywania projektów wymagane jest stosowanie wytycznych z zakresu informacji i promocji dotyczących projektów współfinansowanych z funduszy europejskich: <https://www.funduszedlamazowska.eu/promocja/>.
6. Projekty wszystkich materiałów muszą uwzględniać wymagania z zakresu informacji i promocji dot. projektów współfinansowanych z funduszy europejskich, tj. zawierać: znak UE EFSI:



oraz formułkę dotyczącą źródła finansowania: „Kampania współfinansowana z Europejskiego Funduszu Społecznego”.

Uwaga 1: Wymagania dotyczące oznakowania projektów mogą ulec zmianie.

7. Zamawiający rości sobie prawo do zgłaszania poprawek na każdym etapie produkcji materiałów, a w przypadku wystąpienia zmian, których nie dało się przewidzieć wcześniej (np. wynikających ze zmian przepisów i regulacji związanych z wdrażaniem RPO WM), także – w przypadku spotów – w trakcie trwania kampanii.
8. Akceptacja Zamawiającego jest niezbędnym warunkiem do rozpoczęcia emisji wszystkich materiałów reklamowych.

9. Wykonawca odpowiada za jakość techniczną wykonanych materiałów, w tym dostosowanie przygotowywanych materiałów do właściwości nośników, na których mają być emitowane/eksponowane.

IV. WYTYCZNE DOTYCZĄCE EMISJI MATERIAŁÓW REKLAMOWYCH

IV A – emisja materiałów reklamowych w metrze

1. Emisja spotów musi zostać zaplanowana zgodnie z przedstawionym planem:

1) infoscreeny na peronach metra (ekrany o powierzchni 5,1m²)

- emisja spotów musi zostać zaplanowana w ramach 6 fal 7-dniowych, w terminie od 9 października do 10 grudnia 2017 r., przy czym: poszczególne fale nie mogą się na siebie nakładać, a ostanía fala nie może rozpocząć się wcześniej niż 27 listopada,
- emisje powinny być rozłożone równomiernie, przy czym dwie spośród fal muszą zostać zaplanowane w dniach 9-15 października oraz 16-22 października,
- wymagane godziny emisji: 5:30-15:00 (9,5 h),
- minimalna liczba emisji na godzinę: 10,
- minimalna liczba ekranów wykorzystywanych podczas każdej fali: 30,

2) ekrany LCD w wagonach metra

- emisja spotów musi zostać zaplanowana w ramach 2 fal 7-dniowych, w terminie od 9 do 22 października,
- godziny emisji: 5:30-00:30 (19 h),
- minimalna liczba emisji na godzinę: 4,
- minimalna liczba ekranów wykorzystywanych podczas każdej fali: 1 900,

2. Ekspozycja ramek musi zostać zaplanowana zgodnie z przedstawionym planem:

- ekspozycja musi zostać zaplanowana w ramach 3 fal 14-dniowych, w terminie od 9 października do 10 grudnia 2017 r., przy czym jedna spośród fal musi zostać zaplanowana w dniach 9-22 października,
- minimalna liczba ramek wykorzystywanych podczas każdej fali: 100.

IV B – emisja materiałów reklamowych w kolei (WKD, Koleje Mazowieckie)

1. Ekspozycja plakatów musi zostać zaplanowana zgodnie z przedstawionym planem:

- ekspozycja musi zostać zaplanowana w ramach 3 fal 14-dniowych, w terminie od 9 października do 10 grudnia, przy czym jedna spośród fal musi zostać zaplanowana w dniach 9-22 października,
- minimalna liczba ramek wykorzystywanych podczas każdej fali: w przypadku WKD – 40, w przypadku Kolei Mazowieckich – 200.

IV C – emisja materiałów reklamowych w Internecie

1. Wykorzystywane media

- 1) dobór mediów: ogólne, biznesowe, specjalistyczne, w których Wykonawca emitować będzie banery i filmy:
- 2) kampanie typu: display, remarketing, retargeting,

- 3) kampanie przy użyciu narzędzi oferujących możliwości wielopoziomowego i różnorodnego profilowania kampanii, w tym zwłaszcza stosowania reklam kontekstowych, np. narzędzia/systemów typu Google Display and Video Network, Context.ad czy Business.ad.

2. Emisja spotów

- 1) w całej kampanii zakładana jest emisja 3 wersji spotów w ramach trzech fal (1 wersja w każdej fali) – wybór 3 wersji spośród 8 wyprodukowanych spotów należy do Zamawiającego,
- 2) emisja spotów według planu mediowego i harmonogramu realizacji zamówienia oraz zgodnie ze strategią komunikacji, zakładającą bardzo ściśle targetowanie kampanii i docieranie do konkretnych grup odbiorców,
- 3) każdy spot emitowany w ramach kampanii musi być podlinkowany do strony internetowej Zamawiającego www.funduszedlamazowska.eu,
- 4) wskaźniki do osiągnięcia dla 14 dni emisji pojedynczego spotu 15" w jednej fali – minimum 80 000 pełnych obejrzeń,
- 5) geotargetowanie na województwo mazowieckie,
- 6) targetowanie tematyczne/kontekstowe – wybór słów kluczy do akceptacji Zamawiającego.

3. Emisja banerów internetowych

- 1) w całej kampanii zakładana jest emisja 3 wersji tematycznych banerów (1 wersja w każdej fali – przez 14 kolejnych dni) w różnych formatach, dostosowanych do wymagań narzędzi wskazanych w ofercie przez Zamawiającego (przy czym minimum połowę banerów przewidzianych w ramach kampanii muszą stanowić banery typu animowany, 3-odśtonowy Double Billbord 750x200 pixeli, a tam, gdzie jest to możliwe do zastosowania muszą być banery animowane: grafika + flash – ok. 2-4 odśtony),
- 2) emisja banerów według planu mediowego i harmonogramu realizacji zamówienia – 3 fale po 14 dni, przy czym jedna fala musi być zaplanowana w terminie 9-22 października,
- 3) obligatoryjnie podlinkowane do strony internetowej Zamawiającego www.funduszedlamazowska.eu,
- 4) minimalne wskaźniki do osiągnięcia dla wszystkich formatów banerów łącznie w ramach jednej fali: minimum 16 000 kliknięć przy minimum 4 000 000 odśton,
- 5) capping 3x, geotargetowanie na województwo mazowieckie,
- 6) targetowanie tematyczne/kontekstowe – wybór słów kluczy do akceptacji Zamawiającego.

UWAGA 2: Jeżeli zakładane w media planie wskaźniki nie zostaną osiągnięte, Wykonawca musi przedłużyć czas emisji reklam i/lub zwiększyć liczbę portali/ serwisów/ pakietów internetowych, na których będą emitowane reklamy.

UWAGA 3: Wykluczone jest stosowanie narzędzi, które nie pozwalają na weryfikację tego, gdzie emitowane będą treści reklamowe Zamawiającego, jak również wykluczony jest wybór portali i serwisów (także wchodzących w skład pakietów internetowych), zawierających treści niestosowne w odniesieniu do treści kampanii oraz wizerunku publicznego Zamawiającego.

IV D. Publikacja artykułów sponsorowanych w prasie drukowanej

1. Podczas trwania całej umowy Zamawiający zamierza zlecić opublikowanie minimum 6 artykułów w minimum 9 tytułach (każdy z artykułów zindywidualizowany pod kątem dziennika, w którym będzie się ukazywał).

2. Artykuły mają być publikowane w płatnych dziennikach, w tym:
 - 1) w minimum 3 dziennikach ogólnopolskich posiadających wydania lokalne obejmujące zasięgiem minimum 50% województwa mazowieckiego

UWAGA 4: *Jeśli Wykonawca nie będzie w stanie zapewnić takiego zasięgu przy pomocy trzech tytułów, możliwe jest zwiększenie ich liczby o kolejne tytuły dzienników ogólnopolskich posiadających wydania lokalne.*

- 2) w minimum 6 dziennikach lokalnych ukazujących się/ dostępnych w miastach: Ciechanów, Ostrołęka, Płock, Radom, Siedlce oraz na obszarze aglomeracji warszawskiej.
3. Każdy z 6 artykułów (po dostosowaniu do formatu tytułu oraz miejsca jego ukazywania się, np. podawanie odpowiednich danych kontaktowych do Lokalnych Punktów Informacyjnych Zamawiającego), ma się ukazać w 9 tytułach w tym samym czasie, a publikacje powinny być rozłożone równomiernie w trakcie trwania umowy. Wymagana jest publikacja minimum 2 artykułów w terminie od 9-22 października.
4. Każdy z artykułów powinien ukazać się w sekcji ekonomiczno-biznesowej lub gospodarczej, a w przypadku tytułów, które nie posiadają tego rodzaju działów – na stronach redakcyjnych.

UWAGA 5: *Niedopuszczalna jest publikacja w tytułach o charakterze wyłącznie ogłoszeniowym, Zamawiający dopuszcza natomiast publikację materiałów w czasopiśmie o charakterze tabloidowym, pod warunkiem że opublikowane materiały nie będą bezpośrednio sąsiadować (na tej samej rozkładówce) z treściami niestosownymi w odniesieniu do treści kampanii oraz wizerunku publicznego Zamawiającego.*

V. WYTYCZNE DOTYCZĄCE RAPORTOWANIA I ARCHIWIZACJI MATERIAŁÓW REKLAMOWYCH

1. Wykonawca zobowiązuje się do bieżącego przekazywania Zamawiającemu drogą mailową potwierdzeń emisji poszczególnych spotów (6 fal – infoscreen, 2 fale – ekrany LCD) na obu rodzajach nośników.
2. Wykonawca zobowiązuje się do przekazania Zamawiającemu wersji archiwalnych wszystkich materiałów reklamowych wyprodukowanych w ramach zamówienia (pliki źródłowe każdego spotu oraz pliki wyrenderowane do jakości HD oraz 4K, w formatach MOV i MPG4) wraz z przekazaniem Zamawiającemu na własność dysku, na którym ww. materiały zostaną utrwalone.
3. Wykonawca zobowiązuje się do przekazania Zamawiającemu (najpóźniej w ciągu 7 dni od daty zakończenia emisji w ramach ostatniej odsłony) raportu końcowego zawierającego podsumowanie realizacji zamówienia, obejmującego m.in.:
 - oryginały lub potwierdzone za zgodność z oryginałem potwierdzenia emisji spotów na poszczególnych nośnikach,
 - informacje nt. zrealizowanych emisji spotów (liczba nośników danego rodzaju oraz liczba spotów wyemitowanych w ramach całej kampanii),
 - informacje nt. szacowanej liczby pasażerów korzystających z I linii metra w okresie kampanii ogółem oraz z uwzględnieniem statystyk dotyczących podziału na grupy wiekowe i status zawodowy.

Uwaga 6: *Niniejszy raport musi być podpisany przez osobę upoważnioną ze strony Wykonawcy.*

VI. POSTANOWIENIA KOŃCOWE:

1. Przez cały czas realizacji zamówienia ostateczna decyzja na temat podejmowanych działań leży po stronie

Zamawiającego.

2. Wykonawca jest zobowiązany do nadzoru nad całością prac zgodnie z zaakceptowanym przez Zamawiającego harmonogramem produkcji i emisji.
3. Wykonawca będzie niezwłocznie powiadamiał Zamawiającego o wszelkich mogących wystąpić odstępstwach od harmonogramu produkcji i emisji materiałów reklamowych, gdyby takie zdarzenia mogły wystąpić.
4. Zamawiający wyraża zgodę na wykorzystanie przez Wykonawcę informacji o projekcie dotyczących: zakresu projektu, przebiegu projektu, użytych metod i narzędzi oraz rezultatu działań Wykonawcy. Informacje będą mogły być użyte w komunikacji Wykonawcy podczas prezentacji oraz wystąpień, jak też na stronie internetowej i w mediach społecznościowych.
5. Wykonawca przekaze Zamawiającemu majątkowe prawa autorskie, prawa pokrewne oraz prawa zależne do wszystkich treści powstałych w wyniku realizacji umowy oraz przekaze Zamawiającemu metryczki z wykazem elementów objętych prawami autorskimi dla tych materiałów, do których mają one zastosowanie. Minimalny zakres czasowy, na jaki mają być przekazane powyższe prawa: 31 grudnia 2023 r.
6. Zamówienie będzie realizowane na podstawie umowy.