

Opis przedmiotu zamówienia

<p>Przedmiot zamówienia:</p>	<p>Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej w związku z ustanowieniem przez Sejmik Województwa Kujawsko-Pomorskiego roku 2023 rokiem Mikołaja Kopernika oraz przeprowadzenie kampanii promującej region i wybitne postaci z nim związane. W kampanii powinny znaleźć się: co najmniej dwie publikacje nawiązujące do znanych, wybitnych i zasłużonych postaci z regionu, co najmniej jedno dwujęzyczne wydawnictwo albumowe oraz minimum pięć spotów wideo/filmów nawiązujących do wybitnego astronoma, twórcy teorii heliocentrycznej, matematyka, prawnika, lekarza, ekonomisty, teologa – Mikołaja Kopernika, wszechstronnie wykształconego człowieka renesansu, którego tzw. przewrót kopernikański zrodził wiele pytań naukowych, filozoficznych i humanistycznych. W kampanii powinny znaleźć się odniesienia do tradycji kopernikańskiej. Publikacje powinny podkreślać znaczenie postaci z nim związanych na ogólnorozumianą popularyzację regionu. Kampania ma mieć charakter regionalny i obejmować cały obszar województwa kujawsko-pomorskiego. Celem kampanii informacyjno-promocyjnej jest szeroko rozumiana promocja poprzez przybliżenie atrakcji regionu, jego historię oraz wybitne postaci, których biografia nierozzerwalnie łączy się z Kujawami i Pomorzem, w tym przedstawicieli świata m. in. nauki i kultury; oraz krzewienie tradycji regionalnych, pielęgnowanie bogactwa kulturalnego Kujaw oraz promocja Województwa jako mecenasa kultury w regionie. Uzupełnieniem kampanii będą narzędzia promocyjne w formie dwóch gadżetów (kubek i torba wg specyfikacji).</p>
<p>Termin realizacji:</p>	<p>5 miesięcy od dnia podpisania umowy jednak nie później niż do 30 listopada 2023 r.</p>
<p>Warunki szczegółowe:</p>	<p>Kampania promocyjno-informacyjna adresowana jest do następujących grup wiekowych:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) spoty/filmy realizowane w ramach kampanii skierowane do ogółu mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, K + M, wiek: 18-65 lat , 2) publikacje realizowane w ramach kampanii skierowane do młodzieży powyżej 10 r.ż. i dorosłych. <p>Na etapie składania oferty Wykonawca zobowiązany jest do opracowania wstępnej koncepcji strategicznej i wstępnej koncepcji kreatywnej kampanii, które zostaną doszczegółowienie na etapie realizacji zamówienia i będą stanowiły bazę wszystkich prowadzonych działań. Należy mieć na uwadze, iż layout do materiałów wytworzonych w ramach kampanii zostanie przekazany Wykonawcy przez Zamawiającego po podpisaniu umowy.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wstępna koncepcja strategiczna musi składać się z następujących elementów: <ol style="list-style-type: none"> 1) opisu głównych założeń kampanii, 2) opisu w jaki sposób kampania będzie dopasowana do grupy docelowej, 3) opisu działań, które Wykonawca zaproponuje i zrealizuje w Internecie, 4) <u>tabelarycznego media planu, zawierającego m.in. informacje na temat:</u> wszystkich narzędzi wykorzystanych na potrzeby kampanii ze wskazaniem wybranych regionalnych/lokalnych serwisów/portali internetowych, we wskazanych dziennikach regionalnych. 2. Wstępna koncepcja kreatywna musi składać się z następujących elementów:

oferty złożonej przez Wykonawcę oraz **formatów i projektów graficznych zastosowanych w kampanii internetowej**. W przypadku spotów video wykonawca przedstawi **scenariusze dwóch przykładowych spotów/filmów**.

W ramach realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca zobowiązuje się do:

- 1) przygotowania i zrealizowania koncepcji kampanii kreatywnej; kampania ma mieć charakter regionalny i obejmować cały obszar województwa kujawsko-pomorskiego. Kampania medialna jest kampanią informacyjno-promocyjną skierowaną do ogółu mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego;
- 2) wykonania gadżetów zgodnie z załącznikiem do OPZ;
- 3) Wykonawca wyprodukuje min. 5 spotów wideo/filmów (z wyłączeniem spotów animowanych) o długości min. 3 min.
Tematyka spotów/filmów dotyczyć będzie Mikołaja Kopernika oraz związków astronoma z Kujawami i Pomorzem promując tym samym region w związku z ustanowionym przez Sejmik Województwa Kujawsko-Pomorskiego roku 2023 rokiem Mikołaja Kopernika,
- 4) przy dołączeniu wstępnej listy potencjalnych bohaterów spotów wymagane uprawdopodobnienie udziału w kampanii w przypadku osób znanych/sławnych/celebrytów.

1. W ramach realizacji usługi Wykonawca przygotowuje spoty/filmy zgodnie z poniższymi wytycznymi:

- 1) wykonanie spotów w formie filmu,
- 2) zapewnienie udźwiękowania spotów/filmów,
- 3) wykonanie montażu spotów/filmów,
- 4) użycie logotypów, haseł i innych elementów wskazanych przez Zamawiającego.
- 5) Jeśli spoty/filmy będą zawierały dialogi lub/i opisy tekstowe to Wykonawca zobowiązany jest do stworzenia dodatkowej wersji każdego ze spotów, w którym dialogi lub/i opisy tekstowe powinny być umieszczone w formie **napisów rozszerzonych**. Ponadto każdy ze spotów powinien posiadać **wersję z audiodeskrypcją**. Spoty muszą zawierać **tłumaczenie na język migowy**.
- 6) przekazanie praw do wykorzystania spotu zgodnie z zapisami w umowie,
- 7) spoty powinny spełniać wymogi techniczne do emisji w telewizji regionalnej, telewizji internetowej, stronach internetowych i nośnikach multimedialnych.

2. Każdorazowo Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji opracowane scenariusze spotów/filmów. Wszystkie spoty muszą uzyskać akceptację Zamawiającego przed rozpoczęciem produkcji. Ścieżka dźwiękowa i scenariusz oraz gotowe wersje spotów/filmów będą akceptowane na bieżąco przez Zamawiającego bez określenia limitu akceptacji (aż do zaakceptowania przez Zamawiającego).

3. Wykonawca zapewni promocję medialną spotów wideo/filmów na terenie województwa kujawsko-pomorskiego, w tym: banery internetowe (min. 60 000 odsłon), posty na fanpagach internetowego wydania prasy regionalnej (min. 10 postów), jako gazeta regionalna rozumiana będzie również gazeta ogólnopolska posiadająca dodatek regionalny; zapewni emisję filmów/spotów o Mikołaju Koperniku (łącznie min. 100 000 odsłon). Dodatkowo spoty/filmy te powinny zostać umieszczone na serwisach gazet regionalnych na co najmniej 5 miesięcy.

4. Wykonawca zobowiązuje się do stosowania oznaczeń graficznych zgodnie z Księgą Identyfikacji Wizualnej oraz z wykorzystaniem layoutu (przekazanego przez Zamawiającego po podpisaniu umowy). Wykonawca realizując zadania ma obowiązek informowania o finansowaniu ich z budżetu Samorządu Województwa Kujawsko-Pomorskiego. W/w informacje dotyczące finansowania powinny znaleźć się również:

- 1) na stronach internetowych;

- 2) we wszystkich materiałach promocyjnych drukowanych na potrzeby realizacji przedsięwzięcia;
 - 3) w informacjach przekazywanych mediom oraz social mediom.
5. Wykonawca jest zobowiązany do sporządzenia **sprawozdania merytorycznego** z realizacji zadań określonych powyżej. Sprawozdania muszą składać się z:
- 1) wykazu wszystkich powstałych utworów wraz z potwierdzeniem przyjęcia zlecenia emisji, dystrybucji,
 - 2) elektronicznych wersji spotów powstałych w trakcie kampanii,
 - 3) printscreeny potwierdzające osiągnięcie wskaźników internetowych.
6. Przekazania Zamawiającemu majątkowych praw autorskich, praw pokrewnych oraz zależnych do całej koncepcji strategicznej kampanii oraz całej koncepcji kreatywnej kampanii, w tym wszelkiego rodzaju projektów graficznych (m.in. grafik, zdjęć oraz wszelkich materiałów powstałych na potrzeby spotów telewizyjnych/filmów, reklamy w prasie i Internecie, itp.) oraz wszelkich utworów powstałych na potrzeby kampanii, takich jak spoty telewizyjne oraz ich koncepcje, wszelkie treści zamieszczone w Internecie, itp.
7. Przekazania Zamawiającemu wszelkich materiałów produkcyjnych powstałych w trakcie realizacji umowy (materiały dźwiękowe, tekstowe, filmowe i graficzne). Przekazane nośniki muszą zawierać pliki w wersjach umożliwiającą ich późniejszą edycję i emisję w telewizji, radiu i Internecie. Wszelkie materiały muszą zostać dostarczone Zamawiającemu przez Wykonawcę na nośniku danych.

II. Publikacje

1. Wykonawca w ramach oferty przygotowuje co najmniej dwie publikację dotyczące wybitej postaci związanej z regionem na podstawie wstępnego scenariusza, który złoży wraz z ofertą oraz przygotowuje dwujęzyczne wydawnictwo albumowe:
 - 1) Dwie publikacje dotyczące wybitej postaci związanej z regionem powinny spełniać następujące wymogi techniczne:
 - a) okładka – druk 4 + 4,
 - b) środek 4 + 4,
 - c) papier: karton z białym spodem 250g, druk 4 + 4 kolory, folia matowa jednostronna,
 - d) środek – offset 100g, druk 4 + 4,
 - e) okładka miękka, klejona,
 - f) liczba stron – od 30 do 100 str. + okładka,
 - g) format – A4 lub A5,
 - h) nakład – minimum 1000 egz.,

Co najmniej jedna z tych dwóch publikacji wydana zostanie w dwóch wersjach językowych: polskiej i angielskiej. Wykonawca w ramach zlecenia przygotowuje tłumaczenie każdej z publikacji.

 - 2) Publikacja albumowa powinna spełniać następujące wymogi techniczne:
 - a) format – nie mniejszy niż: 25x24cm,
 - b) środek – kreda połysk 170g, druk 4+4 kolory, 150-350 stron;
 - c) oprawa – twarda albumowa,
 - d) nakład – minimum 1000 egz.
2. Każdorazowo Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji opracowaną publikację. Wszystkie publikacje muszą uzyskać akceptację Zamawiającego przed rozpoczęciem produkcji. Wszystkie treści oraz okładka będą akceptowane na bieżąco przez Zamawiającego bez określenia limitu akceptacji (aż do zaakceptowania przez Zamawiającego).

	<ol style="list-style-type: none">3. Wykonawca w ramach przedmiotu umowy przekaże Zamawiającemu majątkowe prawa autorskie, prawa pokrewne oraz zależne do całej koncepcji strategicznej kampanii oraz całej koncepcji kreatywnej kampanii, w tym do wszystkich spotów/filmów i publikacji zrealizowanych w ramach kampanii.4. Wszystkie działania podejmowane przez Wykonawcę w ramach realizacji kampanii (projekty graficzne, treści, spoty itp.) wymagają przed rozpoczęciem produkcji i emisji konsultacji oraz akceptacji Zamawiającego.
--	--