

Załącznik nr 1: SOPZ – Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

Zamawiający:

Województwo Kujawsko-Pomorskiego

Plac Teatralny 2

87-100 Toruń

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

na realizację kampanii informacyjno-promocyjnej, dotyczącej organizacji pilotażowych rejsów towarowych dolną Wisłą (MDW E40 i E70), z/do trójmiejskich portów morskich do/z województwa kujawsko-pomorskiego, w ramach projektu EMMA Extension (Interreg Region Morza Bałtyckiego).

I. POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Przedmiotem zamówienia jest realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej, dotyczącej organizacji pilotażowych rejsów towarowych dolną Wisłą (MDW E40 i E70), z/do trójmiejskich portów morskich do/z województwa kujawsko-pomorskiego, w ramach projektu EMMA Extension (Interreg Region Morza Bałtyckiego) (zwanej dalej: „Kampanią”).
2. Kampania realizowana jest w ramach projektu EMMA Extension, współfinansowanego z Programu Interreg Region Morza Bałtyckiego.
3. Zamawiającym Kampanię, jest Województwo Kujawsko-Pomorskie, w imieniu którego działa Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego w Toruniu.
4. Przewidywany czas realizacji Kampanii to: 22 marca– 23 kwietnia 2021 r.
5. Zapłata za wykonanie przedmiotu zamówienia nastąpi po podpisaniu umowy i wykonaniu usługi, na podstawie wystawionej faktury. Faktura zapłacona zostanie przelewem na wskazane konto bankowe, w terminie 14 dni od dostarczenia faktury do siedziby Zamawiającego.

II. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej dla dwóch pilotażowych rejsów towarowych, organizowanych na dolnej Wiśle (Międzynarodowej Drodze Wodnej E40 i E70), na odcinku z/do trójmiejskich portów morskich do/z województwa kujawsko-pomorskiego, które odbędą się w kwietniu 2021 r.

W ramach realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca będzie zobowiązany do:

1. opracowania mediaplanu promocji wydarzenia;
2. opracowania i przygotowania elementów graficznych kampanii informacyjno-promocyjnej, w tym:
 - 1) hasła promocyjne, nawiązujące do celów wydarzenia (min. 3 hasła, nie dłuższe niż 40 znaków ze spacjami i znakami szczególnymi),
 - 2) grafikę prezentującą plan i trasę rejsów,
 - 3) min. 10 infografik prezentujących m.in. zalety śródlądowego transportu wodnego, ekologii transportu, ekonomii transportu, oszczędności, bezpieczeństwa, rozwoju gospodarczego oraz korzyści społecznych i kulturowych;
3. przygotowania i realizacji kampanii informacyjno-promocyjnej składającej się z dwóch etapów:
 - 1) promocji pilotażowego rejsu i śródlądowego transportu wodnego w Internecie przed i w trakcie wydarzenia, w tym:

- a) kampanii content marketingowej:
 - zasięg ogólnopolski – min. 4000 unikalnych użytkowników,
 - przygotowanie i publikacja artykułu sponsorowanego, zamieszczonego na minimum dwóch portalach o zasięgu ogólnopolskim, uruchomionego i dostępnego na stronie głównej portalu, w okresie minimum 14 dni przed oraz w trakcie rejsu,
 - przygotowanie i publikacja artykułu sponsorowanego w języku angielskim, zamieszczonego na portalu o zasięgu międzynarodowym, uruchomionego i dostępnego na stronie głównej portalu, w okresie minimum 14 dni przed oraz w trakcie rejsu,
- b) przygotowanie i realizacja kampanii banerowej:
 - zasięg ogólnopolski – 500 000 odsłon,
 - rozpoczęcie promocji min. na tydzień przed i w trakcie wydarzenia,
- c) przygotowanie i realizacja kampanii w mediach społecznościowych:
 - posty i spoty emitowane na 3 serwisach społecznościowych o zasięgu regionalnym i krajowym, wskazanych przez Wykonawcę i zatwierdzonych przez Zamawiającego,
 - posty i spoty emitowane na serwisie Zamawiającego – strona Facebook Kujawsko-Pomorskie Forum Wodne,
 - rozpoczęcie promocji min. dwa tygodnie przed i w trakcie rejsów,
- 2) przygotowanie i realizacja promocji w formie reportażu z rejsów po wydarzeniu, w tym:
 - a) przygotowanie i promocja reportażu z rejsów:
 - zasięg ogólnopolski,
 - reportaż w języku polskim z podpisami w języku angielskim,
 - b) przygotowanie i promocja spotu na podstawie reportażu z rejsów:
 - długość spotu max. 30 sekund,
 - zasięg ogólnopolski,
 - promocja w postaci pre rolla – 200 000 wyświetleń,
 - spot w języku polskim z podpisami w języku angielskim,
 - b) przygotowanie i realizacja kampanii banerowej:
 - zasięg ogólnopolski – 500 000 emisji,
 - promocja reportażu, emitowana minimum przez dwa tygodnie,
 - c) przygotowanie i realizacja kampanii w mediach społecznościowych:
 - posty i spoty emitowane przez dwa tygodnie na 3 serwisach społecznościowych o zasięgu regionalnym i krajowym, wskazanych przez Wykonawcę i zatwierdzonych przez Zamawiającego,
 - posty i spoty emitowane przez dwa tygodnie na serwisie Zamawiającego – strona Facebook Kujawsko-Pomorskie Forum Wodne,
 - d) promocja reportażu, o którym mowa w punktach 2 a) – c), rozpocznie się nie później niż 48 godzin po wydarzeniu;
4. zaprojektowanie i wykonanie strony internetowej poświęconej wydarzeniu i propagujące transport wodny,
5. projektu, wykonania i dostarczenia do siedziby Zamawiającego, materiałów promocyjnych w postaci:
 - 1) 4 winderów przenośnych z nadrukiem, o wymiarach min. 80x400 cm (fullcolor),
 - 2) 1 roll-up z nadrukiem, o wymiarach min. 150x200 cm (fullcolor),

- 3) 50 sztuk kurtek typu softshell, z nadrukiem promującym rejsy (min. 2 pola nadruku, 1 kolor),
- 4) 50 sztuk kominów (chusty typu buff), z nadrukiem promującym rejsy (fullprint, fullcolor);
6. przygotowania i przedstawienia raportu z przeprowadzonej kampanii;
7. realizacji kampanii zgodnie z zapisami OPZ, w tym zakupu wszystkich produktów i usług koniecznych do zrealizowania kampanii;
8. realizacji wszystkich elementów kampanii zgodnie z wytycznymi dotyczącymi komunikacji wizualnej marki województwa kujawsko-pomorskiego w działaniach promocyjnych i informacyjnych;
9. emisji materiałów promocyjnych na portalach/stronach zatwierdzonych przez Zamawiającego, jak i na portalach/stronach wskazanych przez Zamawiającego;
10. przekazania Zamawiającemu majątkowych praw autorskich, praw pokrewnych oraz praw zależnych do treści powstałych w wyniku realizacji umowy bez ograniczeń i na wszystkich polach eksploatacji.

III. CZAS TRWANIA KAMPANII

Kampania będzie przeprowadzona w okresie min. na 2 tygodnie przed rozpoczęciem wydarzenia, w trakcie wydarzenia i min. 2 tygodnie po wydarzeniu. Przewidywany termin realizacji wydarzenia to kwiecień 2021 r. Po zakończeniu kampanii Wykonawca przedstawi Zamawiającemu ostateczną i zaakceptowaną przez Zamawiającego wersję końcowego raportu z przeprowadzonej kampanii, co nastąpi w terminie nie późniejszym niż do 14 dni roboczych od ostatniego dnia trwania kampanii.

IV. ZASIĘG KAMPANII

Kampania ma mieć zasięg międzynarodowy i krajowy.

V. CELE KAMPANII

1. Promocja śródlądowego transportu wodnego w Polsce, jako najbardziej ekonomicznego i przyjaznego środowisku rodzaju transportu, zwiększenie świadomości o korzyściach, jakie niesie za sobą wykorzystanie usług żeglugi śródlądowej wśród właścicieli ładunków i firm spedycyjnych, rozwój przewozów kombinowanych.
2. Promocja działań związanych z budową Platformy multimodalnej Bydgoszcz-Solec Kujawski – części Węzła Logistycznego Bydgoszcz, jako pierwszego multimodalnego centrum logistycznego wykorzystującego potencjał dróg wodnych.
3. Promocja Województwa Kujawsko-Pomorskiego jako regionu podejmującego inicjatywy sprzyjające ochronie środowiska i propagujące transport wodny.

VI. GRUPY DOCELOWE KAMPANII

1. Ogół społeczeństwa kraju.
2. Firmy z sektora transportu i logistyki, operatorzy logistyczni, a także porty morskie i centra logistyczno-magazynowe.
3. Środowiska naukowe powiązane z żeglugą śródlądową i gospodarką wodną.
4. Organizacje, stowarzyszenia i związki związane z gospodarczym wykorzystaniem rzek oraz transportem multimodalnym, a także organizacje ekologiczne.
5. Administracja centralna odpowiedzialna za realizację polityki żeglugi śródlądowej i gospodarowania wodami.

VII. RAPORT Z KAMPANII

Po przeprowadzeniu kampanii Wykonawca przedstawi Zamawiającemu ostateczną i zaakceptowaną przez Zamawiającego wersję końcowego raportu z przeprowadzonej kampanii, co nastąpi nie później niż w terminie 14 dni roboczych od daty zakończenia kampanii.

Raport końcowy obligatoryjnie powinien zawierać:

1. Liczbę unikalnych użytkowników kampanii na dzień jej zakończenia oraz print screeny, które o liczbie tej świadczą.
2. Zasięg i częstotliwość dla każdego z mediów wykorzystanego w kampanii. Faktycznie osiągnięte parametry kampanii, w szczególności miejsca emisji, liczbę odsłon, liczbę użytkowników, którzy obejrzeli filmy, liczbę wejść na strony docelowe kampanii.
3. Print screeny wszystkich reklam i innych działań internetowych użytych w ramach kampanii. W przypadku gdy przedstawienie print screenów ze wszystkich emisji nie będzie możliwe z przyczyn technicznych (np. w niektórych działaniach targetowanych) należy przedstawić co najmniej print screeny prezentujące przykładowe zastosowania wszystkich formatów reklamowych użytych w trakcie trwania kampanii.
4. Raport powinien mieć formę elektroniczną.

Zamawiający wymaga od Wykonawcy wyczerpującej skuteczności w dotarciu do grupy docelowej kampanii. W tym wypadku Wykonawca jest zobowiązany udokumentować niniejszy fakt.

VIII. PRZEKAZANIE AUTORSKICH PRAW MAJĄTKOWYCH

Wykonawca w ramach przedmiotu umowy przekaże Zamawiającemu majątkowe prawa autorskie, prawa pokrewne oraz zależne do całej kampanii informacyjno-promocyjnej. Wykonawca przekaże także wszelkiego rodzaju projekty graficzne (m.in. grafiki, zdjęcia, wszelkie materiały powstałe na potrzeby spotów telewizyjnych, radiowych, reklamy w prasie i Internecie, itp.) oraz wszelkie utwory powstałe na potrzeby kampanii, takie jak spoty telewizyjne i radiowe oraz ich koncepcje, artykuły prasowe, wszelkie treści zamieszczone w Internecie, itp.

IX. AKCEPTACJA ZAMAWIAJĄCEGO

Wszystkie działania podejmowane przez Wykonawcę w ramach realizacji kampanii (projekty graficzne, treści, artykuły, reklamy, spoty itp.) wymagają każdorazowo przed rozpoczęciem produkcji i emisji konsultacji i akceptacji Zamawiającego.

X. PRZEKAZANIE MATERIAŁÓW

Wykonawca zobowiązuje się do przekazania Zamawiającemu wszelkich materiałów produkcyjnych powstałych w trakcie realizacji umowy (materiały dźwiękowe, tekstowe, filmowe i graficzne). Przekazane nośniki muszą zawierać pliki w wersjach umożliwiającym ich późniejszą edycję i emisję w telewizji, radiu i Internecie (w postaci plików źródłowych projektu, ze wskazaniem programu i jego wersji, w którym należy otworzyć poszczególny plik) oraz plików w formacie MP4. Wszelkie materiały muszą zostać dostarczone Zamawiającemu przez Wykonawcę wraz z Raportem z kampanii.