

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (SOPZ)

Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020.

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja koncepcji strategicznej i kreatywnej kampanii medialnej o szerokim zasięgu (*dalej kampanii*) informującej o perspektywie finansowej na lata 2014-2020 w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego (w skrócie RPO WK-P 2014-2020), w tym w szczególności o aktualnych i planowanych naborach i możliwościach skorzystania z dofinansowania w ramach RPO WK-P 2014-2020.

W ramach realizacji przedmiotu Zamówienia Wykonawca będzie zobowiązany do:

- 1) Opracowania koncepcji strategicznej kampanii.
- 2) Przygotowania koncepcji kreatywnej kampanii, która nawiązywać będzie wizualnie do zeszłorocznej kampanii „Kujawsko-Pomorskie: Startujemy.”
- 3) Realizacji kampanii, zgodnie z zapisami SOPZ, w tym zakupu wszystkich produktów i usług koniecznych do zrealizowania kampanii.
- 4) Przeprowadzenie konkursu, zgodnie z zapisami SOPZ, w tym zakupu wszystkich nagród rzeczowych i usług koniecznych do zrealizowania konkursu.
- 5) Przeprowadzenie badania efektywności kampanii, zgodnie z zapisami SOPZ.
- 6) Przekazanie Zamawiającemu majątkowych praw autorskich, praw pokrewnych oraz praw zależnych do treści powstałych w wyniku realizacji umowy bez ograniczeń i na wszystkich polach eksploatacji.

II. CZAS TRWANIA KAMPANII

Kampania będzie prowadzona od dnia podpisania umowy do 30 listopada 2017 r.

Przy czym Wykonawca przedstawi Zamawiającemu ostateczną i zaakceptowaną przez Zamawiającego wersję całościowego raportu z przeprowadzonej kampanii nie później niż do dnia 15 grudnia 2017 r.

III. ZASIĘG KAMPANII

Kampania ma mieć charakter regionalny i obejmować cały obszar województwa kujawsko-pomorskiego.

IV. CELE KAMPANII

Głównym celem kampanii jest wzrost liczby osób poinformowanych o organizowanych naborach wniosków o dofinansowanie w ramach RPO WK-P 2014-2020 i upowszechnienie wiedzy na temat korzyści płynących z wykorzystania FE.

Cele szczegółowe kampanii:

- skierowanie uwagi potencjalnych beneficjentów na planowane w najbliższym czasie nabory i możliwości finansowe;
- informowanie potencjalnych beneficjentów o aktualnych i planowanych w najbliższym czasie naborach, a także o tym gdzie znaleźć informacje na ten temat;
- zachęcenie potencjalnych beneficjentów do sięgania po nowe środki z Funduszy Europejskich;
- aktywizacja mieszkańców województwa w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich;
- informowanie mieszkańców, gdzie szukać informacji na temat nowych środków z Unii Europejskiej w ramach RPO WK-P 2014-2020;
- wzrost świadomości wśród mieszkańców regionu nt. celów i możliwości, jakie daje RPO WK-P 2014-2020;

Celem taktycznym kampanii, który ma przyczynić się do realizacji pozostałych celów jest zwiększenie liczby unikalnych użytkowników na stronie internetowej rpo.kujawsko-pomorskie.pl

UWAGA! W ramach kampanii szczególnie zintensyfikowanie powinny być działania informacyjne dotyczące przede wszystkim działań z dużą alokacją pozostającą do wykorzystania (tj. konkursy 8.4.1, 8.4.2, 9.2.1, 9.3.2).

V. GRUPY DOCELOWE KAMPANII

Kampania medialna RPO WK-P 2014-2020 jest kampanią informacyjną prowadzoną na dwóch poziomach: przekaz ogólny oraz przekaz sprofilowany dla poszczególnych segmentów odbiorców, przy czym dominujący będzie przekaz sprofilowany.

Dwie grupy docelowe kampanii:

1. **Ogół mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, K + M, wiek: 30-65 lat – odbiorcy informacji ogólnych** na temat perspektywy finansowej w ramach RPO WK-P 2014-2020.
2. **Grupa potencjalnych beneficjentów programu:** organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy z terenu województwa kujawsko-pomorskiego (mikro, małych i średnich przedsiębiorstw), instytucje otoczenia biznesu – **odbiorcy przekazu sprofilowanego** kampanii informującego o ogłaszanych naborach wniosków.

VI. KONCEPCJA KAMPANII

Na etapie składania oferty Wykonawca zobowiązany jest do opracowania **wstępnej koncepcji strategicznej i wstępnej koncepcji kreatywnej kampanii (będącej kontynuacją zeszłorocznej kampanii „Kujawsko-Pomorskie: Startujemy”)** oraz **wstępnej koncepcji konkursu**, które zostaną doszczegółowione na etapie realizacji zamówienia i będą stanowiły bazę wszystkich prowadzonych działań.

1. Wstępna koncepcja strategiczna musi składać się z następujących elementów:

- a) opisu głównych założeń kampanii,
- b) opisu, w jaki sposób kampania będzie realizowała cele wyszczególnione w rozdziale IV SOPZ, w szczególności uwzględniając strategię zintensyfikowanego dotarcia do potencjalnych beneficjentów działań z dużą alokacją pozostającą do wykorzystania (tj. konkursy 8.4.1, 8.4.2, 9.2.1, 9.3.2).
- c) opisu w jaki sposób kampania będzie dopasowana do grupy docelowej,

- d) opisu działań, które Wykonawca zaproponuje i zrealizuje w Internecie, w tym liczbę unikalnych użytkowników na stronie internetowej rpo.kujawsko-pomorskie.pl,
- e) media planu, zawierającego m.in. informacje na temat:
 - i. wszystkich narzędzi wykorzystanych na potrzeby kampanii ze wskazaniem wybranych regionalnych/lokalnych serwisów/portali internetowych oraz we wskazanych dziennikach regionalnych.
 - ii. poziomu estymowanych przez niego wskaźników dla każdego z narzędzi (pod warunkiem, że taki zasięg dla danego narzędzia jest badany), w tym przedstawi przewidywany całkowity zasięg kampanii (tj. % grupy docelowej, który przynajmniej raz zetknie się z kampanią)
 - iii. harmonogramów emisji dla poszczególnych narzędzi dla całej kampanii, w tym daty emisji i długość trwania poszczególnych narzędzi.

2. Wstępna koncepcja kreatywna musi składać się z następujących elementów:

- a) propozycja 3 nowych haseł przewodnich kampanii (z których Zamawiający wybierze jedno) spójnych z linią graficzną, ideą i celami kampanii,
- b) próbek wszystkich materiałów (tekstowych i/lub wizualnych), które powstaną w ramach kampanii zgodnie z ofertą złożoną przez Wykonawcę. Wszelkie elementy graficzne powinny nawiązywać do ubiegłorocznej kampanii naborowej („Kujawsko-Pomorskie: Startujemy”), tj. powinny wykorzystywać motyw kształtów ułożonych z ludzi i nawiązywać kolorystycznie do layoutu zeszłorocznej kampanii. Dopuszczalne są zmiany estetyczne jeśli chodzi o układ elementów graficznych, ich kształt oraz typografię. Wykonawca powinien zaproponować znak przewodni kampanii, który będzie korespondował z nowym zaproponowanym przewodnim hasłem. Przykładowe elementy graficzne ubiegłorocznej kampanii znajdują się pod adresem: <http://mojregion.eu/index.php/rpo/kampania-medialna/kujawsko-pomorskie-startujemy/articles/dowiedz-sie-promocja-programu-kujawsko-pomorskie-startujemy>
Otwarte pliki graficzne z ubiegłorocznej kampanii znajdują się w załączniku do niniejszego postępowania.
- c) propozycji dwóch motywów graficznych (uwzględniających kształty ułożone z ludzi) dedykowanych dwóm osiom RPO WK-P: 2. Cyfrowy region oraz 4. Region przyjazny środowisku (pozostałe osie zostaną zaprojektowane przez Wykonawcę na etapie realizacji umowy, zgodnie z zakresem tematycznym wskazanym w rozdz. VIII SOPZ)

Próbki, o których mowa w punkcie b) będą promowały nabór dla poddziałania 8.4.2 Rozwój usług opieki nad dziećmi w wieku do lat 3 [konkurs Nr RPKP.08.04.02-IZ.00-04-045/16]
(jest to tylko przykładowy nabór, na potrzeby przygotowania kreacji, nie jest to nabór, który będzie promowany w ramach kampanii).

3. Wstępna koncepcja konkursu musi składać się z następujących elementów:

- a) propozycji 3 alternatywnych formuł konkursu o tematyce unijnej skierowanego do mieszkańców regionu, który zostanie przeprowadzony przez Wykonawcę na łamach prasy zgodnie z zapisami rozdziału VII B pkt. 3 SOPZ. Wykonawca na etapie podpisania umowy wybierze 1 z przedstawionych propozycji konkursu, przy czym Wykonawca dopuszcza niewielkie modyfikacje wybranej formuły konkursu.
- b) wskazanie nagród rzeczowych w postaci sprzętu elektronicznego przewidzianych dla jego zwycięzców o łącznej wartości nie mniejszej niż 11.000,00 zł brutto, przy czym nagrody zostaną zakupione przez Wykonawcę, zgodnie z zapisami rozdziału VII B pkt. 3 SOPZ.

UWAGA! Brak wstępnej koncepcji kreatywnej lub strategicznej lub koncepcji konkursu lub któregokolwiek z ich elementów wymienionych wyżej będzie skutkować odrzuceniem oferty. Wstępne koncepcje będą podlegały ocenie zgodnie z kryterium oceny ofert. Wykonawca może złożyć wyłącznie po jednej wstępnej propozycji każdej z ww. koncepcji.

VII. WYMAGANE MEDIA

Zamawiający zakłada kampanię crossmediową z wykorzystaniem – prasy i Internetu.

Zamawiający zakłada, że budżet na prasę w kampanii nie powinien przekraczać 40% całości zamówienia. W ramach realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca zagwarantuje narzędzia komunikacji w zakresie opisanym poniżej:

A. Internet:

Kampania będzie prowadzona w Internecie przy pomocy narzędzi zaproponowanych przez Wykonawcę. Celem tych działań będzie skierowanie do strony rpo.kujawsko-pomorskie.pl maksymalnej liczby unikalnych użytkowników.

Działania internetowe wchodzące w skład kampanii zostaną zaproponowane przez Wykonawcę i powinny spełniać następujące założenia minimalne:

- media internetowe, wykorzystane do prowadzenia działań, powinny mieć charakter: informacyjny, sprofilowany na grupę docelową kampanii (rozdział V SOPZ);
- targetowanie geograficzne (województwo kujawsko-pomorskie);
- minimalny czas przebywania unikalnego użytkownika na stronie 8 sekund;
- równomierne rozłożenie osiągniętej liczby unikalnych użytkowników w całym okresie trwania kampanii (dopuszczalne odchylenia do 10 % w jednym okresie rozliczeniowym zgodnie ze wzorem umowy);
- zaproponowane przez Wykonawcę działania internetowe nie będą obejmowały mailingu;
- minimalna liczba unikalnych użytkowników na stronie w trakcie całej kampanii nie może być mniejsza niż 80 000;
- przynajmniej jedno z zaproponowanych narzędzi zostanie sprofilowane pod osoby z niepełnosprawnościami;
- nie dopuszcza się stosowania reklamy w postaci wyskakujących okienek/banerów reklamowych typu pop-up.

Wykonawca w ofercie wskaże liczbę unikalnych użytkowników na stronie rpo.kujawsko-pomorskie.pl, którą osiągnie od momentu rozpoczęcia kampanii do przekazania Zamawiającemu raportu końcowego. Liczba unikalnych użytkowników w styczniu 2017 wyniosła 8 605 (dane z Google Analitics). Liczba UU będzie podlegała ocenie zgodnie z kryteriami oceny ofert.

UWAGA! Osiągane wskaźniki unikalnych użytkowników powinny być rozłożone równomiernie na cały okres trwania kampanii. Zamawiający dopuszcza w tym względzie przesunięcia do 15% pomiędzy dwoma kolejnymi okresami rozliczeniowymi np. jeśli w jednym okresie rozliczeniowym osiągnie wskaźnik o 15% niższy od wymaganego, wówczas w kolejnym okresie rozliczeniowym musi osiągnąć wskaźnik o 15% wyższy.

B. Prasa

1. W ramach realizacji działania Wykonawca opracuje i opublikuje co najmniej **7 całostronicowych bloków informacji o naborach wniosków RPO WK-P** według poniższych założeń:
 - a) opracowanie (przygotowanie materiału tekstowego oraz zdjęć/grafiki do artykułu według wskazówek Zamawiającego) bloku, przy czym blok może składać z jednego lub dwóch sponsorowanych artykułów prasowych, z informacji o konkursie o którym mowa w rozdziale VII B pkt. 3 SOPZ oraz z informacji o laureatach wyłonionych w ww. konkursie, które zostaną

opublikowane w blokach ukazujących się po zakończeniu każdej z 4 tur konkursu. **Łączna powierzchnia każdego z bloków stanowić będzie 1 stronę** gazety, w pełnym kolorze (format zależny od wybranych tytułów prasowych).

Artykuły będą informować o możliwościach dofinansowania z RPO WK-P w 2017 roku ze szczególnym uwzględnieniem naborów konkursowych. Tematy do artykułów zostaną przekazane przez Zamawiającego na etapie realizacji umowy, blok z artykułami powinien być zgodny z założeniami wskazanymi dla kreacji kreatywnej kampanii, w szczególności w zakresie spójności poszczególnych elementów kampanii, zastosowanych grafik oraz elementów obowiązkowych,

- b) **1 emisja każdego z bloków, o których mowa powyżej** w dniu o największym nakładzie w tygodniu na stronach redakcyjnych (3, 5 lub 7) **w jednym lub więcej tytułach prasy regionalnej**, ukazującej się na terenie całego województwa kujawsko-pomorskiego, bądź gazecie ogólnopolskiej posiadającej dodatek regionalny, przy czym gazeta musi spełniać łącznie następujące warunki: dystrybuowana odpłatnie, ukazująca się regularnie w postaci drukowanej, co najmniej 5 razy w tygodniu, w tym co najmniej od poniedziałku do piątku, nie będąca tabloidem (gazeta o charakterze sensacyjnym i plotkarskim), posiadająca średnie rozpowszechnienie płatne za miesiąc styczeń 2017 r. nie mniejsze niż 9 000 zgodnie z danymi Związku Kontroli Dystrybucji Prasy (bądź innych niezależnych badań, przy czym za niezależne badania rozumie się badania wykonane przez podmiot niezwiązany z żaden sposób z Wykonawcą składającym ofertę), w przypadku gazety z dodatkiem regionalnym nakład dotyczy tylko dodatku regionalnego,
- c) artykuły składające się na bloki poświęcone funduszom zostaną opracowane przez dziennikarza mogącego wykazać się współpracą z przynajmniej jednym z zaproponowanych tytułów prasowych. Osoba ta powinna posiadać doświadczenie w pisaniu o funduszach unijnych;
- d) Zamawiający zastrzega, iż publikacja ww. bloków nastąpi w częstotliwości **nie rzadszej niż raz na miesiąc**, przy czym publikacja ostatniego bloku nastąpi w nieprzekraczalnym terminie do 30 listopada br.,
- e) harmonogram publikacji powinien uwzględniać regularne ukazywanie się bloków przez cały zaplanowany czas trwania kampanii, przy czym Zamawiający dopuszcza niewielkie odstępstwa od regularności w przypadku gdy całkowity czas trwania kampanii nie pozwoli na równomierny podział terminów publikacji. W przypadku gdy zaproponowana przez Wykonawcę ilość bloków okaże się większa niż liczba piątków w okresie trwania kampanii, Zamawiający dopuszcza publikację powstałą w ten sposób nadwyżki bloków w inny dzień tygodnia niż piątek.

2. Dodatkowo w trakcie trwania kampanii zamawiający ma prawo do zlecenia maksymalnie **7 półstronicowych ogłoszeń** dotyczących szkoleń i spotkań dla potencjalnych beneficjentów dotyczących naborów w konkursach RPO WK-P wskazanych przez Zamawiającego według poniższych założeń:

- a) opracowanie ogłoszeń (przygotowanie materiału tekstowego oraz zdjęć/grafiki do ogłoszenia według wskazówek Zamawiającego) **o powierzchni 1/2 strony** gazety każde, w pełnym kolorze (format zależny od wybranych tytułów prasowych),
- b) ogłoszenia będą informować o szkoleniach i spotkaniach dla potencjalnych beneficjentów dotyczących naborów w konkursach RPO WK-P. Informacje do ogłoszeń zostaną przekazane przez Zamawiającego na etapie realizacji umowy, ogłoszenia powinny być zgodne z założeniami wskazanymi dla koncepcji kreatywnej kampanii, w szczególności w zakresie spójności poszczególnych elementów kampanii, zastosowanych grafik oraz elementów obowiązkowych.

- c) Termin publikacji ogłoszeń będzie zależny od rozpoczęcia przygotowań do danego naboru przez Zamawiającego. Zostanie on wskazany na tydzień przed publikacją danego ogłoszenia przez Zamawiającego. Publikacja ogłoszeń nastąpi w dniu o największym nakładzie w tygodniu na stronach redakcyjnych (3, 5 lub 7). Ogłoszenia powinny ukazywać się w tym samym tytule/tytułach prasy regionalnej, w których ukazywać się będą całostronicowe bloki informacji o konkursach RPO WK-P, o których mowa powyżej.

UWAGA! Wszystkie ogłoszenia i bloki artykułów powinny ukazywać się w tych samych tytułach prasowych. Zgodnie z kryteriami oceny oceniana będzie zaproponowana liczba całostronicowych bloków informacji o konkursach RPO WK-P oraz nakłady tytułu/tytułów prasy regionalnej, w której będą ukazywać się bloki i ogłoszenia.

3. W ramach realizacji działania Wykonawca kompleksowo zorganizuje konkurs o tematyce unijnej skierowany do mieszkańców regionu, który zostanie przeprowadzony na łamach prasy zgodnie z wybraną przez Zamawiającego wstępną koncepcją konkursu przedstawioną w ofercie.

Konkurs powinien uwzględniać następujące założenia:

- a) informacje o konkursie będą stanowić część bloków informacyjnych, o których mowa w rozdziale VII B pkt. 1 SOPZ.
- b) Zamawiający przewiduje podział konkursu na 4 tury tj.
- i. 1 tura – od 1.07 – do 31.07.2017 r.
 - ii. 2 tura – od 1.08 – do 31.08.2017 r.
 - iii. 3 tura – od 1.09 – do 30.09.2017 r.
 - iv. 4 tura – od 1.10 – do 31.10.2017 r.
- c) wyłonienie laureatów konkursu nastąpi po każdej ze wskazanych powyżej tur. Zamawiający przewiduje, że w każdej turze będzie wyłonionych nie mniej niż 3 laureatów konkursu jednak nie więcej niż 5 laureatów konkursu przy czym to Wykonawca zaproponuje ostateczną ilość laureatów konkursu.
- d) nagrody rzeczowe w postaci sprzętu elektronicznego przewidziane dla zwycięzców konkursu powinny mieć wartość **łącną nie mniejszą niż 11.000,00 zł brutto** (2.750 zł brutto na turę), przy czym nagrody zostaną zakupione przez Wykonawcę. Kwota ta zawiera zryczałtowany podatek dochodowy od nagród w wysokości 10%, który Wykonawca pobierze i odprowadzi do właściwego Urzędu Skarbowego (art. 30 ust. 1 pkt. 2 ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych, tekst jednolity z 2012 r. poz. 361).
- e) Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania regulaminu konkursu, który podlega akceptacji przez Zamawiającego.
- f) Wykonawca zobowiązany jest do zebrania i zweryfikowania przesłanych prac/odpowiedzi (w porozumieniu z Zamawiającym).
- g) Zamawiający zastrzega, iż wręczenie wszystkich nagród nastąpi w siedzibie Zamawiającego przy czym szczegóły wręczenia nagród zostaną ustalone na etapie realizacji umowy.
- h) Przekazanie nagród zostanie potwierdzone protokołami odbioru, które zostaną dołączone do raportu końcowego, o którym mowa w pkt X SOPZ.
- i) Wykonawca będzie **dotatkowo promował konkurs** poprzez:
- i. zamieszczenie na pierwszej stronie każdej z gazet, w dniu publikacji bloku (bądź innym dniu poprzedzającym ukazanie się bloku – do ustalenia z Zamawiającym na etapie realizacji umowy), krótkiej informacji i grafiki zachęcającej do udziału w konkursie,
 - ii. przygotowanie informacji i grafiki dotyczących konkursu, które będą mogły zostać zamieszczone na stronach internetowych Zamawiającego.

- j) Administratorem danych osobowych jest Zamawiający, jednakże Zamawiający podpisze z Wykonawcą odrębną nieodpłatną umowę powierzenia przetwarzania danych osobowych w zakresie niezbędnym do przeprowadzenia konkursu. Wzór umowy w załączeniu.

VIII. ZAKRES TEMATYCZNY

W ramach realizacji przedmiotu umowy Wykonawca zaprojektuje wszystkie konieczne elementy kreatywne kampanii spójne z koncepcją kreatywną opisaną w rozdz. VI SOPZ oraz przy uwzględnieniu wszystkich narzędzi internetowych zaproponowanych przez Wykonawcę w ofercie. Projekty, o których mowa powyżej będą obejmować następujące tematy:

- a) osie priorytetowe RPO WK-P:
- oś priorytetowa 1. Wzmocnienie innowacyjności i konkurencyjności gospodarki regionu
 - oś priorytetowa 2. Cyfrowy region
 - oś priorytetowa 3. Efektywność energetyczna i gospodarka niskoemisyjna w regionie
 - oś priorytetowa 4. Region przyjazny środowisku
 - oś priorytetowa 5. Spójność wewnętrzna i dostępność zewnętrzna regionu
 - oś priorytetowa 6. Solidarne społeczeństwo i konkurencyjne kadry
 - oś priorytetowa 7. Rozwój lokalny kierowany przez społeczność
 - oś priorytetowa 8. Aktywni na rynku pracy
 - oś priorytetowa 9. Solidarne społeczeństwo
 - oś priorytetowa 10. Innowacyjna edukacja
 - oś priorytetowa 11. Rozwój lokalny kierowany przez społeczność
- b) 3 nabory w konkursach RPO WK-P wskazane przez Zamawiającego na etapie realizacji umowy.

IX. BADANIE SKUTECZNOŚCI KAMPANII:

W ramach realizacji kampanii Wykonawca będzie zobowiązany do przeprowadzenia przez niezależny od Wykonawcy instytut badawczy badania skuteczności i efektywności kampanii za pomocą:

1. Badania telefonicznego CATI (pretest i posttest):

- 1) Próba badawcza – dobrana jako reprezentatywna dla badanych grup docelowych, tj. ogółu mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (nie mniej niż 300 osób) oraz potencjalnych beneficjentów (nie mniej niż 300 osób) – dobór losowy warstwowy w podziale na płeć (mężczyźni, kobiety), miejsce zamieszkania (miasto, wieś), grupy wiekowe oraz wykształcenie (zgodnie z podziałem stosowanym przez statystykę publiczną). Badanie powinno zostać zrealizowane w sposób rzetelny z wykorzystaniem profesjonalnych narzędzi i metodologii.
- 2) Badane zagadnienia w preteście:
 - a) stopień wiedzy nt. RPO WK-P 2014-2020,
 - b) skojarzenia dotyczące RPO WK-P 2014-2020,
 - c) źródła informacji nt. RPO WK-P 2014-2020.
- 3) Badane zagadnienia w postteście:
 - a) wszystkie zagadnienia wykorzystane w preteście,
 - b) znajomość kampanii,
 - c) miejsce kontaktu z kampanią,
 - d) ocena kampanii.
- 4) Wymagania:
 - a) przygotowanie oraz przedstawienie do akceptacji Zamawiającego kwestionariusza badań, uwzględniającego ww. zagadnienia,
 - b) przeprowadzenie badania,
 - c) przygotowanie raportu z przeprowadzonego badania, stanowiącego część raportu z kampanii wskazanego w rozdziale XII.

2. Analizy statystyk serwisu rpo.kujawsko-pomorskie.pl za pomocą Google Analytics dotyczących następujących podstron:

- 1) Podstawowe informacje o programie dostępne pod linkiem:
www.mojregion.eu/index.php/rpo/o-programie
 - 2) Informacja na temat ogłaszanych naborów dostępne pod linkiem:
www.mojregion.eu/index.php/rpo/zobacz-ogloszenia
 - 3) Dane kontaktowe punktów z sieci PIFE dostępne pod linkiem:
www.mojregion.eu/index.php/rpo/punkty-informacyjne
 - 4) Informacje na temat szkoleń dla potencjalnych beneficjentów dostępne pod linkiem:
www.mojregion.eu/index.php/rpo/szkolenia-i-konferencje
 - 5) Wymagania:
 - a) przeprowadzenie analizy
 - b) przygotowanie raportu z analizy statystyk, stanowiącego część raportu wskazanego w rozdziale XII.
- Powyższe statystyki zostaną udostępnione przez Zamawiającego.

X. RAPORTY Z KAMPANII:

Wykonawca zakłada podział płatności na cztery części (zgodnie ze wzorem umowy stanowiącym załącznik do SIWZ).

➤ Raporty cząstkowe (przedkładane po każdej z trzech pierwszych części kampanii) dotyczyć będą przebiegu realizacji działań internetowych. Będą one zawierać m.in.:

1. Liczbę unikalnych użytkowników we wskazanym okresie rozliczeniowym (zamawiający umożliwi Wykonawcy dostęp do Google Analytics strony).
2. Wykaz wszystkich powstałych utworów wraz z potwierdzeniem przyjęcia zlecenia emisji, dystrybucji, papierowymi egzemplarzami wydań prasy,
3. Print screeny wszystkich reklam/innych działań internetowych,

➤ Raport końcowy (przedstawiony po zakończeniu kampanii) oprócz wskazanych powyżej elementów powinien zawierać dodatkowo:

1. Faktyczne dane w zakresie osiągniętych parametrów mediowych:
 - 1) GRP,
 - 2) Prasa – nakład, sprzedaż, czytelnictwo (o ile dane są dostępne),
2. Media plan
3. Raport z przeprowadzonego badania skuteczności kampanii (opisanego w rozdziale IX).
4. Protokoły odbioru nagród w przeprowadzonym konkursie.

UWAGA! Wykonawca w raporcie określi dodatkowo zasięg i częstotliwość dla każdego z medium wykorzystanego w kampanii, dla każdej z grup docelowych odrębnie.

Zamawiający wymaga od Wykonawcy jak najgłębszej analizy skuteczności dotarcia do poszczególnych grup docelowych kampanii. Niemniej jednak, jeżeli dane nie będą dostępne z powodu braku badań danego medium Zamawiający nie będzie ich wymagał.

Raport musi zostać dostarczony w wersji papierowej i elektronicznej na płycie CD. W przypadku rozbieżności między wersją elektroniczną a wersją papierową za obowiązującą uznaje się wersję w formie pisemnej. Raport wymaga wcześniejszej akceptacji Zamawiającego.

Wykonawca przedstawi Zamawiającemu ostateczną i zaakceptowaną przez Zamawiającego wersję całościowego raportu z przeprowadzonej kampanii nie później niż do dnia 15 grudnia 2017 r.

XI. PRZEKAZANIE AUTORSKICH PRAW MAJĄTKOWYCH:

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 wszelkiego rodzaju projektów graficznych (m.in. grafik, zdjęć oraz wszelkich materiałów powstałych na potrzeby spotów telewizyjnych, radiowych, reklamy w prasie i Internecie, itp.) oraz wszelkich utworów powstałych na potrzeby kampanii, takich jak spoty telewizyjne i radiowe oraz ich koncepcje, artykuły prasowe, wszelkie treści zamieszczone w Internecie, itp.

XII. AKCEPTACJA ZAMAWIAJĄCEGO:

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

XIII. PRZEKAZANIE MATERIAŁÓW:

Wykonawca zobowiązuje się do przekazania Zamawiającemu wszelkich materiałów produkcyjnych powstałych w trakcie realizacji umowy (materiały dźwiękowe, tekstowe, filmowe i graficzne) oraz materiałów konkursowych. Przekazane nośniki muszą zawierać pliki w wersjach umożliwiającym ich późniejszą edycję i emisję w telewizji, radiu i Internecie. Wszelkie materiały muszą zostać dostarczone Zamawiającemu przez Wykonawcę wraz z Raportem z kampanii, o którym mowa w pkt. XII.

XIV. DOKUMENTY PROGRAMOWE:

Podstawowe dokumenty z jakimi Wykonawca zobowiązany jest się zapoznać na etapie przygotowania oferty oraz przed przystąpieniem do realizacji zamówienia:

- 1) Regionalny Program Operacyjny Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014 – 2020 dostępny pod linkiem: <http://www.mojregion.eu/index.php/rpo/prawo-i-dokumenty?mmid=65>
- 2) Linia graficzna perspektywy 2014 – 2020:
http://mojregion.eu/files/linia_graficzna_perspektywy_finansowej_2014-2020.zip
- 3) Strategia Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020 dostępna pod linkiem:
www.mojregion.eu/files/dokumenty%20rpo/dokumenty_prawne/Strategia%20komunikacji%20RPO%20WK-P%202014-2020_04.01.2016.pdf
- 4) Księga Identyfikacji Wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020 dostępna pod linkiem:
www.mojregion.eu/files/dokumenty%20rpo/poradniki_publicacje/Ksiega%20Identyfikacji%20Wizualnej_09.10.2015.pdf
- 5) Szczegółowy Opis Osi Priorytetowych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020 z 08.03.2017 r. dostępny pod linkiem:
<http://www.mojregion.eu/index.php/rpo/prawo-i-dokumenty?mmid=66>

XV. PODSTAWOWE INFORMACJE O PROGRAMIE

Podstawowe informacje o Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020 oraz jego poszczególnych osiach znajdują się pod adresem: www.mojregion.eu/index.php/rpo/o-programie