

Załącznik nr 3 do SIWZ (Załącznik nr 1 do umowy)

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia (SOPZ)

Przedmiotem zlecenia jest usługa realizacji kampanii promocyjnych: „Paszport turystyczny” (1 edycja) i „Inauguracja sezonu turystycznego (3 edycje)” w ramach projektu: „Edukacja społeczności zamieszkujących obszary chronione województwa kujawsko-pomorskiego: Lubię tu być... na zielonym!” współfinansowanego ze środków Programu Infrastruktura i Środowisko w ramach działania 2.4: Ochrona przyrody i edukacja ekologiczna POIiŚ 2014-2020.”

1. Kampania paszport turystyczny – zakres prac:

1.1. Opracowanie koncepcji kampanii zgodnej z założonymi celami oraz wytycznymi komunikacyjnymi Zamawiającego. Celem kampanii jest zwiększenie znajomości zasobów przyrodniczych znajdujących się na terenie województwa, promocja wskazanego przez Zamawiającego serwisu www oraz aplikacji mobilnej, zawierającej organizowaną przez Zamawiającego grę terenową o nazwie „Paszport turystyczny” i zachęcenie do uczestnictwa w grze.

1.2. Realizacja kampanii promocyjnej działania BTL:

1.2.1. Opracowanie graficzne i druk 100 szt. naklejek (format A5, podklejone z jednej strony, nie zostawiające zanieczyszczeń, kolor (4+0). Dystrybucja po stronie Zamawiającego. Dostawa do siedziby Zamawiającego – w ciągu maksymalnie 20 dni od dnia zaakceptowania przez Zamawiającego projektów przedmiotu zamówienia i harmonogramu.

1.2.2. Opracowanie graficzne i druk ulotek (dwustronne, format DL- A4 składane na 3, kreda min.180g, lakier dyspersyjny, pełny kolor 4+4, zakres prac: praca na gotowym tekście (redakcja, korekta, prace edytorskie), oprawa graficzna: dobór zdjęć, wyróżników, grafik spośród gotowych materiałów graficznych; przygotowanie projektu, przekazanie pliku otwartego, utworzonego i zapisanego w formacie aplikacji będącej częścią oprogramowania graficznego Adobe Creative Suite oraz pliku PDF (PDF „zwykły” + PDF przygotowany w wersji do druku) – 10 000 szt., Zamawiający dostarczy teksty i zdjęcia. Dystrybucja ulotek po stronie Zamawiającego. Dostawa do siedziby Zamawiającego - w ciągu maksymalnie 20 dni od dnia zaakceptowania przez Zamawiającego projektów przedmiotu zamówienia i harmonogramu.

1.3. Realizacja kampanii promocyjnej działania ATL:

1.3.1. Realizacja kampanii media relations – polegającej na:

- przygotowaniu i aktualizacjach bazy mediów i dziennikarzy pod kątem grup docelowych (zasięg - media lokalne i regionalne; dotyczy prasy, radia, telewizji, internetu)
- redagowaniu, przygotowaniu i dystrybucji materiałów prasowych: informacji prasowych, artykułów eksperckich, komentarzy eksperckich, profili, stopek i innych form prezentacji prasowej (zasięg: media lokalne i regionalne).

Wykonawca będzie zobowiązany do sporządzenia sprawozdania z realizacji kampanii media relations, polegającej na przeprowadzeniu monitoringu mediów i przedstawieniu kopii dowodów przeprowadzonej kampanii tj.: dokumentacji zdjęciowej, skanów, wydruków artykułów prasowych itp.

1.3.2 Przeprowadzenie kampanii na Facebook.com i Instagram.com z wykorzystaniem profili (fanpages) wskazanych przez Zamawiającego. Kampania musi być prowadzona z wykorzystaniem reklam wyświetlających się w aktualnościach użytkowników. Wszystkie reklamy muszą odsyłać do serwisów internetowych wskazanych przez Zamawiającego.

1.3.2.1 Kampania będzie prowadzona z użyciem reklam kierowanych zarówno do wszystkich użytkowników w grupie docelowej (25-59 i więcej lat), jak i do konkretnych grup (osoby korzystające ze wskazanego przez Zamawiającego serwisu/ów www, bazy email Zamawiającego, zainteresowanych turystyką i aktywnym wypoczynkiem oraz innych grup zaproponowanych przez Wykonawcę) z użyciem dostosowanych dla danej grupy grafik oraz przy wykorzystaniu możliwości targetowania w serwisie Facebook.com. Kampania ma być skierowana do mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego. Zasięg 50 000 osób.

1.3.2.2. Zamawiający przekaze grafiki i treści do wykorzystania przez Wykonawcę w trakcie kampanii.

1.3.2.3. Kampania będzie prowadzona w okresie od czerwca do lipca łącznie przez 40 dni.

1.3.2.4. Wykonawca dostarczy Zamawiającemu comiesięczne raporty oraz umożliwi wgląd do statystyk w trakcie jej trwania.

1.4. Wykonawca zapewni nagrody dla uczestników gry „Paszport turystyczny” w postaci voucherów pobytowych w różnych miejscach na terenie województwa kujawsko-pomorskiego (poza miastami powyżej 90 tys. oraz ze szczególnym uwzględnieniem terenów parków krajobrazowych) z terminem realizacji do września 2019 r. tj.: 3 vouchery „*All inclusive*”(jeden nocleg w standardzie zbliżonym do min. hotelu ***) ze śniadaniem dla 4 osób, obiadokolacja (dwa dania i napoje) dla 4 osób, oraz 7 voucherów „noclegowych” (nocleg w standardzie zbliżonym do min. hotelu *** ze śniadaniem dla 2 osób). Vouchery powinny obejmować pobyty w różnych miejscowościach. Zamawiający dopuszcza tylko powtarzanie się miejscowości dla voucherów „*All inclusive*” i „noclegowych”.

1.5. Jednostkowa wartość voucherów, o których mowa w ust. 1.4. nie może przekroczyć kwoty 760,00 zł .

2. Kampania „Inauguracja sezonu turystycznego” – zakres prac

2.1. Celem kampanii jest zwrócenie uwagi mieszkańców na ofertę turystyczną województwa, a w szczególności na terenie parków krajobrazowych. Kampania adresowana do mieszkańców województwa w wieku 25-59 i więcej lat.

2.2. Wykonanie na potrzeby wszystkich edycji kampanii 46 projektów graficznych (26 projektów w 2018 r., 10 projektów w 2019 r. i 10 projektów w 2020 r.). Projekty będą wykorzystane do promocji w Internecie i w mediach społecznościowych (powinny uwzględniać wytyczne techniczne określone przez administratora portalu Facebook.com i Instagram.com).

2.3. Na potrzeby wszystkich edycji kampanii zakup licencji do 28 zdjęć zawierających wizerunki osób w różnym wieku (14 zdjęć do wykorzystania w 2018 roku, 7 zdjęć w 2019 roku i 7 zdjęć w 2020 roku). Licencja na 2 lata na Polskę.

2.4. Wykonanie projektów i druk 4 rodzajów plakatów - zakres prac: projekt graficzny plakatu format B3 (4+0) (cztery projekty), opracowanie dostarczonych tekstów (redakcja, korekta, prace edytorskie), oprawa graficzna: dobór zdjęć, wyróżników, grafik; przygotowanie projektu,

przekazanie pliku otwartego, utworzonego i zapisanego w formacie aplikacji będącej częścią oprogramowania graficznego Adobe Creative Suite oraz pliku PDF (PDF „zwykły” + PDF przygotowany w wersji do druku) i wydruk plakatów (format B3, kolor jednostronnie 4+0, lakier dyspersyjny, kreda min. 250g - łącznie 400 sztuk i dostarczenie do Zamawiającego 200 szt. w 2018 roku w ciągu maksymalnie 10 dni od dnia zaakceptowania przez Zamawiającego projektów przedmiotu zamówienia i harmonogramu, 100 szt. w 2019 roku i 100 szt. w 2020 roku (dostawa do siedziby Zamawiającego)

2.5. Wykonanie jednego serwisu www z ofertami i formularzem rejestracyjnym dla potrzeb każdej edycji kampanii. Serwis powinien zostać wykonany w oparciu o moduł CMS w istniejącym serwisie wskazanym przez Zamawiającego. Zamawiający przekaze Wykonawcy dostęp do serwisu oraz dostarczy treści, które Wykonawca wprowadzi do serwisu, dokona korekty teksów i zapewni nadzór techniczny. Prace w ramach serwisu w każdym roku powinny zostać zakończone w ciągu maksymalnie 10 dni od dnia zaakceptowania przez Zamawiającego projektów przedmiotu zamówienia i harmonogramu. Po tym terminie Zamawiający zastrzega możliwość przekazania dodatkowych treści. Łącznie przekazane do wprowadzenia treści będą dotyczyły informacji o maksymalnie 150 wydarzeniach (150 rekordów).

2.6. Przeprowadzenie kampanii na Facebook.com i Instagram.com z wykorzystaniem profili (fanpages) wskazanych przez Zamawiającego. Kampania musi być prowadzona z wykorzystaniem reklam wyświetlających się w aktualnościach użytkowników. Wszystkie reklamy muszą odsyłać do serwisów internetowych wskazanych przez Zamawiającego.

2.6.1 Kampania będzie prowadzona z użyciem reklam kierowanych zarówno do wszystkich użytkowników w grupie docelowej (25-59 i więcej lat), jak i do konkretnych grup (osoby korzystające ze wskazanego przez Zamawiającego serwisu/ów www, bazy email Zamawiającego, zainteresowanych turystyką i aktywnym wypoczynkiem oraz innych grup zaproponowanych przez Wykonawcę) z użyciem dedykowanych dla danej grupy grafik oraz przy wykorzystaniu możliwości targetowania w serwisie Facebook.com. Kampania ma być skierowana do mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego. Zasięg 25 tys. osób w każdym roku.

2.6.2 Zamawiający przekaze grafiki i treści do wykorzystania przez Wykonawcę w trakcie kampanii.

2.6.3 Kampania będzie trwała dwa tygodnie (14 dni) i będzie prowadzona w każdym roku na przełomie kwietnia i maja. Szczegółowy termin kampanii zostanie uzgodniony z Zamawiającym.

2.6.4 Wykonawca dostarczy Zamawiającemu tygodniowe raporty oraz umożliwi wgląd do statystyk w trakcie jej trwania.

2.7. Przeprowadzenie w każdym roku w ostatnim tygodniu kwietnia i podczas weekendu majowego (ostateczne terminy ustalone z Zamawiającym) działań media relations polegających na:

- przygotowaniu i aktualizacjach bazy mediów i dziennikarzy pod kątem grup docelowych (zasięg - media lokalne i regionalne; dotyczy prasy, radia, telewizji, internetu)
- redagowaniu, przygotowaniu i dystrybucji materiałów prasowych: informacji prasowych, artykułów eksperckich, komentarzy eksperckich, profili, stopek i innych form prezentacji prasowej (zasięg: media lokalne i regionalne).

Wykonawca będzie zobowiązany do sporządzenia sprawozdania z realizacji kampanii media relations, polegającej na przeprowadzeniu monitoringu mediów i przedstawieniu kopii dowodów przeprowadzonej kampanii tj.: dokumentacji zdjęciowej, skanów, wydruków artykułów prasowych itp. W 2019 i 2020 roku Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji listę mediów, wobec których będzie prowadził działania media relations. Liczba proponowanych mediów powinna być porównywalna do liczby mediów zaproponowanych w 2018 roku.

3. Prawa autorskie i majątkowe

3.1. W ramach wynagrodzenia Wykonawca przenosi na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe wraz z wyłącznym prawem do zezwalania na wykonywanie zależnego prawa autorskiego do wszelkich mogących stanowić przedmiot prawa autorskiego utworów powstałych w związku z wykonaniem umowy oraz wyłącznego prawa do zezwalania na wykonywanie zależnego prawa autorskiego.

3.2. Przeniesienie praw, o których mowa w ust. 3.1, następuje:

1) z chwilą przekazania Zamawiającemu utworów określonych w ust. 3.1,

2) bez ograniczeń co do terytorium, czasu, liczby egzemplarzy, w zakresie następujących pól eksploatacji:

a) utrwalenie na jakimkolwiek nośniku, a w szczególności utrwalenie audiowizualne (w tym analogowe i cyfrowe), utrwalenie na nośnikach video, taśmie światłoczułej, magnetycznej, dyskach komputerowych oraz wszystkich typach nośników przeznaczonych do zapisu cyfrowego, w sieci multimedialnej (w tym Internet);

b) zwielokrotnienie jakąkolwiek techniką, w tym zwielokrotnienie analogowe i cyfrowe, zwielokrotnienie techniką magnetyczną na kasetach video, dyskach audiowizualnych, techniką światłoczułą i cyfrową, techniką zapisu komputerowego na wszystkich rodzajach nośników dostosowanych do tej formy zapisu, w sieci multimedialnej (w tym Internet);

c) wprowadzenie w całości lub części do sieci komputerowej Internet w sposób umożliwiający transmisję odbiorczą przez zainteresowanego użytkownika;

d) nadawanie (w tym emisja telewizyjna oraz tzw. *simulcasting* lub *webcasting*) w całości lub we fragmentach dowolnie wybranych – za pomocą wizji albo fonii przewodowej i bezprzewodowej przez stację naziemną i nadawanie kablowe;

e) wprowadzenie do obrotu przy użyciu Internetu i innych technik przekazu danych, wykorzystujących sieci telekomunikacyjne, informatyczne i bezprzewodowe;

f) wyświetlanie, publiczne odtwarzanie, reemitowanie;

g) wykorzystanie na stronach internetowych;

h) nieodpłatne wypożyczenie lub udostępnienie zwielokrotnionych egzemplarzy.

3.3. Wykonawca zapewnia i gwarantuje, że na chwilę przekazywania Zamawiającemu nośnika danego utworu określonego w ust. 3.1 będzie osobą wyłącznie uprawnioną z tytułu autorskich praw majątkowych do tego utworu. Ponadto Wykonawca zapewnia i gwarantuje, że jest osobą upoważnioną do wyrażenia w imieniu ewentualnych osób trzecich zgody, o której mowa w ustępie powyżej.

3.4. Wykonawca jest odpowiedzialny za wszelkie wady prawne przedmiotu Umowy, a w szczególności za ewentualne roszczenia osób trzecich wynikające z naruszenia praw własności intelektualnej, w tym za nieprzestrzeganie przepisów ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz.U. z 2006 r. Nr 90 poz. 631, z późn. zm.), w związku z wykonywaniem przedmiotu Umowy.

3.5. W przypadku zgłoszenia przez osoby trzecie jakichkolwiek roszczeń z tytułu korzystania przez Zamawiającego z dostarczonych przez Wykonawcę materiałów, Wykonawca zobowiązuje się do podjęcia na swój koszt i na własne ryzyko wszelkich kroków prawnych zapewniających należyłą ochronę Zamawiającemu oraz innym podmiotom, przed roszczeniami osób trzecich.

4. Opis Kampanii reklamowych

Sporządzany na potrzeby postępowania w celu udzielenia zamówienia publicznego, do którego stosuje się przepisy ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych, dotyczące przetargu nieograniczonego pod nazwą: Usługa realizacji kampanii promocyjnych: „Paszport turystyczny” (1 edycja) i „Inauguracja sezonu turystycznego (3 edycje)” w ramach projektu: „Edukacja społeczności zamieszkujących obszary chronione województwa kujawsko-pomorskiego: Lubię tu być... na zielonym!” współfinansowanego ze środków Programu Infrastruktura i Środowisko w ramach działania 2.4: Ochrona przyrody i edukacja ekologiczna POIiŚ 2014-2020.”

1. Założenia kampanii:

Celem kampanii będzie zwiększenie znajomości zasobów przyrodniczych znajdujących się na terenie województwa oraz zwrócenie uwagi mieszkańców na ofertę turystyczną województwa, a w szczególności na terenie parków krajobrazowych. Kampania adresowana jest do mieszkańców województwa.

2. Cele komunikacyjne:

- a. Kampania „Paszport turystyczny” - celem kampanii jest zwiększenie znajomości zasobów przyrodniczych znajdujących się na terenie województwa, a w szczególności promocja wskazanego przez Zamawiającego serwisu www oraz aplikacji mobilnej zawierającej organizowaną przez Zamawiającego grę terenową o nazwie „Paszport turystyczny” i zachęcenie do uczestnictwa w grze.
- b. Kampania „Inauguracja sezonu turystycznego” - celem kampanii jest zwrócenie uwagi mieszkańców województwa na ofertę turystyczną województwa, a w szczególności na terenie parków krajobrazowych, zachęcenie do wejścia na stronę www i skorzystanie z bezpłatnej oferty (zwiedzanie, udział w festynach, koncertach), z której mogą skorzystać od 28 kwietnia do 6 maja 2018 r. (terminy rekomendowane przez Zamawiającego) oraz w analogicznych terminach w kolejnych latach.

3. Grupy docelowe – Target group: kobieta-mężczyzna w wieku 25-59 lat i więcej, mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego, którzy aktywnie wypoczywają.

4. Czas trwania kampanii:

- a. Kampania „Paszport turystyczny” – kampania w mediach społecznościowych - 40 dni (czerwiec-lipiec), kampania media relations do 31 sierpnia 2018 roku.

- b. Kampania „Inauguracja sezonu turystycznego” – kampania w mediach społecznościowych - 14 dni w każdym roku (na przełomie kwietnia i maja), kampania media relations do 7 maja 2018 (edycja 2018), 6 maja 2019 (edycja 2019) i 4 maja 2020 (edycja 2020)
5. Opis oferty skierowanej do grupy docelowej:
- a. Kampania „Paszport turystyczny” – strona internetowa opisująca zasady gry terenowej i zachęcająca do pobrania aplikacji na telefon komórkowy rejestrującej aktywność uczestników (rodzaj gry terenowej zachęcającej do odwiedzania różnych miejsc na terenie województwa). Dla najaktywniejszych uczestników nagrody.
 - b. Kampania „Inauguracja sezonu turystycznego” - strona www zawierająca oferty (zwiedzanie, udział w festynach, koncertach), z których mogą skorzystać mieszkańcy województwa od 28 kwietnia do 6 maja 2018 r. (terminy rekomendowane przez Zamawiającego) oraz w analogicznych terminach w kolejnych latach.