

Opis przedmiotu zamówienia:

Przeprowadzenie regionalnej kampanii informacyjno – promocyjnej projektu „Zachodniopomorskie Małe Skarby”, współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Osi priorytetowej VI – Rynek pracy, Działanie 6.6 – Programy zapewnienia i zwiększenia dostępu do opieki nad dziećmi w wieku do lat 3.

Cel projektu Zachodniopomorskie Małe Skarby:

Celem projektu jest zwiększenie o 700 liczby osób z obszaru Województwa Zachodniopomorskiego, które podejmą pracę lub powrócą na rynek pracy po przerwie związanej z opieką nad dziećmi do lat 3, poprzez refundację kosztów opłat za pobyt dziecka w żłobku, klubie dziecięcym, u opiekuna dziennego lub wynagrodzenie niani.

Projekt realizowany w okresie od 1.07.2018 r. do 31.12.2020 r.

Grupa docelowa projektu „Zachodniopomorskie Małe Skarby”:

Projekt skierowany jest do 700 osób fizycznych pracujących, uczących się lub zamieszkujących na obszarze województwa zachodniopomorskiego w rozumieniu przepisów Kodeksu Cywilnego, tj:

1. Osób bezrobotnych lub biernych zawodowo pozostających poza rynkiem pracy ze względu na obowiązek opieki nad dziećmi do lat 3, w tym osoby, które przerwały karierę zawodową ze względu na urodzenie dziecka lub przebywające na urlopie wychowawczym w rozumieniu ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. – Kodeks pracy;
2. Osób pracujących opiekujących się dziećmi do lat 3, będących w trakcie przerwy związanej z urodzeniem lub wychowaniem dziecka i przebywających na urlopie macierzyńskim lub rodzicielskim w rozumieniu ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. – Kodeks pracy.

Działania w ramach projektu:

Zadania zaplanowane do realizacji w ramach projektu przewidują zrefundowanie, dla zrekrutowanej grupy docelowej, nie więcej niż 95% kosztów opieki nad dzieckiem do lat 3 (5% stanowi wkład własny Uczestników Projektu), do zapłaty których zobowiązany jest uczestnik projektu. W zależności od rodzaju opieki, wskazanej przez Uczestników Projektu, możliwe jest zrefundowanie kosztów pobytu dziecka w żłobku, klubie dziecięcym, u opiekuna dziennego lub niani. Okres finansowania kosztów związanych ze świadczeniem usług na wskazane powyżej formy będzie dostępny, względem konkretnego dziecka i opiekuna, przez okres nie dłuższy niż 12 miesięcy.

Cel kampanii informacyjno – promocyjnej:

Głównym celem kampanii jest poinformowanie przedstawicieli grupy docelowej o uruchomieniu projektu i wynikających z niego korzyściach, w tym przede wszystkim o tym:

- czym jest projekt i możliwościach wsparcia, jakie oferuje;
- co należy zrobić, aby uzyskać wsparcie;
- kontaktach do realizatora oraz miejsc, gdzie można uzyskać więcej informacji na temat projektu.

Czas trwania kampanii:

Od dnia podpisania umowy do 10 grudnia 2018 r., w tym realizacja regionalnej kampanii informacyjno-promocyjnej od 1 września 2018 r. do 30 listopada 2018 r.

Strategia komunikatu:

Główne zadania komunikatu to:

- zadanie motywacyjne – polegające na zmotywowaniu grupy docelowej do udziału w projekcie oraz skorzystania z oferowanego wsparcia;
- zadanie informacyjne – polegające na wskazaniu, co należy zrobić, aby skorzystać ze wsparcia oferowanego w ramach projektu.

Wytyczne kreacyjne, tonacja reklamy, techniki:

W terminie do 10 dni, licząc od dnia podpisania umowy, Wykonawca, w oparciu o przekazany przez Zamawiającego znak graficzny projektu oraz charakterystykę grupy docelowej i działań planowanych do realizacji, przedstawi propozycję spójnej wizualizacji wszystkich elementów kampanii. Reklama musi wyróżniać się na tle innych przekazów, musi być wyraźnie zauważalna i zapamiętywana. Musi zatem posiadać wyróżnik, kotwicę pamięciową, coś, co spowoduje, że będzie można ją zapamiętać łatwiej niż inne przekazy. Zamawiający zastrzega sobie możliwość trzykrotnego wnoszenia uwag do przekazanego materiału, które przedstawi w terminie do 2 dni, licząc od dnia otrzymania wizualizacji. Wykonawca w ciągu 2 dni uwzględni i prześle poprawiony materiał Zamawiającemu celem ponownej weryfikacji.

Wykonawca zaprojektuje, przygotuje do emisji oraz wyprodukuje materiały reklamowe i informacyjne do wszystkich mediów, zaplanowanych w kampanii projektowej, t.j.:

Dobór mediów:

a) Internet

Wykonawca zaprojektuje i przygotuje do emisji reklamę internetową.

Założenia do kampanii w Internecie:

- dobór portali: portale/strony i/lub fora dyskusyjne o charakterze społecznym, informacyjnym, rodzinnym powinny być dopasowane tematycznie do specyfiki i tematyki kampanii oraz grupy docelowej;
- format reklamy: dowolny np.: dowolne formy display'owe, linki śródtekstowe, AdWords z wykorzystaniem baniera opisanego w pkt. c) opisu przedmiotu zamówienia;
- reklama winna być geotargetowana na województwo zachodniopomorskie i za pomocą linku przenosić na stronę internetową www.wup.pl/maleskarby,
- czas trwania kampanii internetowej: od 1.09.2018 r. do 30.11.2018 r.

Wykonawca, w terminie do 5 dni licząc od ostatniego dnia miesiąca, w którym odbywała się reklama internetowa, prześle Zamawiającemu informację nt. stron/portali, for dyskusyjnych lub pozostałych form reklamy, na których prowadzona była działalność promocyjna projektu.

b) Media społecznościowe (Facebook i Instagram)

Wykonawca w terminie do 30 dni od dnia podpisania umowy, zaprojektuje funpage na Facebooku oraz Instagramie, którego przekaz musi być spójny z założeniami kampanii informacyjno – promocyjnej, tj. zawierać musi znak identyfikacyjny projektu, podstawowe informacje o projekcie (grupa docelowa, działania, itp.). Zamawiający do 10 dni przed rozpoczęciem działań realizowanych w ramach projektu, przygotuje i prześle Wykonawcy drogą elektroniczną szczegółowe informacje

nt. rozpoczęcia rekrutacji, link do strony WUP, gdzie umieszczone zostaną wszelkie niezbędne dokumenty rekrutacyjne, a Wykonawca zamieści ww. informację na FB oraz Instagramie i za pomocą odpowiednich narzędzi oferowanych przez wymienione social media (geotargetowanie na woj. zachodniopomorskie, osoby które zostały rodzicami, rodzice poszukujący pracy, rodzice poszukujący opieki nad dzieckiem do lat 3, itp.), rozpocznie intensywną kampanię reklamową, która polegać będzie na dotarciu do grupy stanowiącej potencjalnych uczestników projektu (poprzez wyświetlanie w np. grupach zamkniętych funpage projektu). Grupa docelowa projektu określona została w pkt. 1 Opisu Przedmiotu Zamówienia. Zamawiający zastrzega, że działania promocyjne nie rozpoczną się wcześniej, niż w miesiącu wrześniu 2018 r. i muszą trwać 30 dni, licząc od dnia upublicznienia treści przekazanych informacji. Wykonawca w terminie do 4 dni, licząc od dnia zakończenia działań promocyjnych na FB i Instagramie, przedstawi Zamawiającemu informację gdzie została wyświetlona reklama profilu FB i Instagrama projektu oraz przekaze Zamawiającemu loginy i hasła do założonych kont.

c) Lokalne portale informacyjne:

Wykonawca zaprojektuje banner reklamowy projektu, zawierający wszystkie niezbędne logotypy (tj. logo Pomorze Zachodnie, WUP, flagę Unii Europejskiej, logo Programu Operacyjnego, znak identyfikacyjny projektu) oraz inne elementy, które tematycznie będą nawiązywały do oferowanego w ramach projektu wsparcia (zdjęcia, animacje, itp.). W terminie do 10 dni od dnia podpisania umowy, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu projekt banneru, który będzie podlegał akceptacji. Zamawiający zastrzega sobie prawo do trzykrotnego nanoszenia uwag, które Wykonawca w ciągu dwóch dni uwzględni i przekaze poprawiony materiał Zamawiającemu do ponownej weryfikacji. Banner reklamowy musi zawierać link do strony internetowej www.wup.pl/maleskarby.

Banner musi ukazać się na głównej stronie niżej wymienionych serwisów:

powiat	serwis
białogardzki	bialogardzianin.pl
choszczeński	choszczno.naszemiasto.pl
drawski	dsi.net.pl
goleniowski	goleniowska.com
gryficki	gryfickie.info
gryfiński	igryfino.pl
kamieński	kamienskie.info
kołobrzeski	www.informacje.kolobrzeg.pl
koszaliński	ekoszalin.pl
łobeski	nowytygodniklobeski.pl
myśliborski	barlinek24.pl
	www.mysliborz.info.pl
policki	dziennikpolicki.pl
pyrzycki	pyrzyce.info
	pyrzyce24.eu
sławieński	darlowo.info
	slawno.naszemiasto.pl
stargardzki	info.stargard.pl
szczecinecki	iszczecinek.pl
świdwiński	swidwin.naszemiasto.pl
Świnoujście	www.swinoujskie.info

Banner reklamowy musi być widoczny przez 1 tydzień (poniedziałek – niedziela) w każdym miesiącu, począwszy od września 2018 r. do listopada 2018 r. W terminie do 15 dni od dnia podpisania umowy, Wykonawca przedstawi szczegółowy harmonogram emisji. W sytuacji gdy nie będzie możliwe umieszczenie bannera na głównej stronie przez 1 tydzień, tj. poniedziałek – niedziela, Zamawiający dopuszcza możliwość umieszczenia bannera w różne dni tygodnia, z zastrzeżeniem, że liczba dni nie może być mniejsza niż 7.

d) Środki komunikacji – szynobusy

Wykonawca zaprojektuje i przygotuje animowaną reklamę do emisji na ekranach LCD w szynobusach, łączących Szczecin z innymi miastami woj. zachodniopomorskiego.

Założenia do kampanii w szynobusach:

- reklama emitowana w szynobusach, w przedziale godzinowym najbardziej zbliżonym do przedziału 06.00-22.00 lub jeśli w ofercie operatora reklamy w szynobusach nie ma możliwości emitowania reklamy w wybranych przedziałach czasowych – przez cały czas trwania kursowania szynobusów;
- spoty reklamowe mogą mieć formę prostej, ale dynamicznej, atrakcyjnej wizualnie i czytelnej grafiki animowanej, wzbogaconej o ciekawe zdjęcia ilustrujące przekaz;
- czas emisji w ww. środkach komunikacji – 30 dni (rozpoczęcie emisji nie później, niż wrzesień 2018 r.);
- format reklamy - 20 sekund;
- emisje zaplanowane w taki sposób, aby uzyskać jak największą liczbę wyświetleń reklamy z zastrzeżeniem, że liczba ta nie może być mniejsza niż 2 emisje w ciągu jednej godziny.

W terminie do 20 dni licząc od dnia podpisania umowy, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu projekt reklamy, który podlegać będzie akceptacji. Zamawiający w terminie do 2 dni przekaże uwagi Wykonawcy, który je uwzględni w ciągu 2 dni. Dopuszcza się trzykrotną możliwość poprawy przedstawionego materiału.

e) Przygotowanie i produkcja ulotek, plakatów informacyjnych oraz ich dystrybucja

Wykonawca, w terminie do 10 dni od dnia podpisania umowy, przedstawi Zamawiającemu w formie elektronicznej (plik PDF, JPG) projekt graficzny ulotki (wraz z treścią), który podlegać będzie akceptacji. Zamawiający w terminie do 2 dni przekaże uwagi Wykonawcy, który je uwzględni w ciągu 2 dni. Dopuszcza się trzykrotną możliwość poprawy przedstawionego materiału.

- druk offsetowy (z maszyny drukarskiej),
- format: A4 składana na 3 części (do DL),
- druk: dwustronny w pełnym kolorze (CMYK 4+4),
- ilość: 500 sztuk (z czego 200 szt. dla Zamawiającego, a 300 szt. do dystrybucji przez Wykonawcę),
- papier: kredowy błyszczący 135g,

- zawartość ulotki: kompletna informacja dotycząca projektu, forma spójna z konceptem kreatywnym, zawierająca wszystkie charakterystyczne elementy kampanii.

Wykonawca, w terminie do 10 dni od dnia podpisania umowy, przedstawi Zamawiającemu w formie elektronicznej (plik PDF, JPG) projekt graficzny plakatu (wraz z treścią), który podlegać będzie akceptacji. Zamawiający w terminie do 2 dni przekaże uwagi Wykonawcy, który je uwzględni w ciągu 2 dni. Dopuszcza się trzykrotną możliwość poprawy przedstawionego materiału.

- format A3,
- zadrukowany w pionie w rozbarwieniu CMYK,
- nadruk jednostronny,
- ilość: 300 sztuk (z czego 100 szt. dla Zamawiającego, a 200 szt. do dystrybucji przez Wykonawcę),
- papier kredowy błyszczący 170 g/m²,
- lakier offsetowy,
- zawartość plakatu: kompletna informacja dotycząca projektu, forma spójna z konceptem kreatywnym, zawierająca wszystkie charakterystyczne elementy kampanii.

Dostarczenie ulotek oraz plakatów dla Zamawiającego musi nastąpić w terminie do dwóch tygodni od ostatecznej akceptacji ich szczegółowego projektu, wynikającego z konceptu kreatywnego.

Wykonawca wykona przedmiot zamówienia, dostarczy do siedziby Zamawiającego (ul. A. Mickiewicza 41 w Szczecinie), w dniach od poniedziałku do piątku, w godz. 8.00 – 15.00 i wniesie go do wskazanego pomieszczenia (pok. 122, I p.).

Dystrybucja plakatów i ulotek przez Wykonawcę:

- na terenie całego woj. zachodniopomorskiego (rozpowszechnienie w miejscach dostępnych dla grupy docelowej minimalnie w 5 miejscach w każdym z powiatów województwa m.in. OPS, PCPR, urzędy gminy/miasta, przychodnie zdrowia itp.);
- dystrybucja ulotek oraz plakatów w okresie wrzesień – październik 2018 r.;
- kolportaż tylko w miejscach dozwolonych/wyznaczonych.

f) Filmy, infografiki

Wykonawca dostarczy dwie wersje filmu w rozdzielczości FullHD (1920x1080):

- wersja 60 sekund (+/- 5 s., zastosowanie: Internet);
- wersja 3 min (+/- 30s., zastosowanie: prezentacje multimedialne na konferencjach, targach itp.).

Zakres zadań:

- opracowanie scenariusza (zgodnego z tematyką wsparcia oferowanego w ramach projektu) i uzgodnienie go z Zamawiającym;
- organizacja planów zdjęciowych;
- wykonanie materiału zdjęciowego;
- wstępny montaż materiału zdjęciowego, grafiki i dźwięku, udźwiękowanie (w tym ewentualnie lektor), uzyskanie akceptacji Zamawiającego (wprowadzenie ewentualnych poprawek);
- przygotowanie czołówki i tyłówki zgodnie z wytycznymi, ostateczny montaż, korekcja barwna.

Wykonawca, w terminie do 30 dni licząc od dnia podpisania umowy opracuje i przedstawi Zamawiającemu scenariusz. Zamawiający, może wносить poprawki do przedstawionego materiału z zastrzeżeniem, że gotowy film, musi być przekazany Zamawiającemu nie później, niż 60 dni licząc od dnia podpisania umowy.

Wykonawca prześle Zamawiającemu gotowe filmy na dwóch nośnikach danych (płyta DVD oraz Pendrive).

Infografika:

Wykonawca, w terminie do 20 dni licząc od dnia podpisania umowy, przedstawi Zamawiającemu dwie koncepcje edytowalne wersje infografiki, których wygląd musi być spójny z całością prowadzonej kampanii. Zamawiający zastrzega sobie możliwość nanoszenia poprawek na przedstawionych materiałach, które Wykonawca musi uwzględnić w terminie do 2 dni i przedstawić do ponownej akceptacji Zamawiającego. Dopuszcza się trzykrotną możliwość poprawy przedstawionego materiału.

g) Raport z realizacji kampanii

Po zakończeniu kampanii, Wykonawca prześle do Zamawiającego sprawozdanie z realizacji kampanii oraz materiały dowodowe, w tym zrzut ekranów kampanii w Internecie (w sytuacji, gdy niemożliwe będzie wykonanie zrzutów z ekranu, należy udokumentować emisję reklamy w inny, wiarygodny i niepodważalny sposób), a także potwierdzenie wskaźników osiągniętych w kampanii przez instytuty badawcze/lub media w terminie nie później niż do dnia 10.12.2018 r.

Oznaczenie projektów graficznych wszystkich działań/materiałów związanych z kampanią

Wykonawca ma obowiązek umiejscowienia oznakowania graficznego na wszystkich działaniach/materiałach związanych z kampanią, zgodnie z informacjami dostępnymi na stronie: www.wup.pl/rpo/realizuje-projekt/poznaj-zasady-promowania-projektu/. Wszelkie niezbędne oznaczenia (logotypy) prześle Zamawiający.

Zamawiający wymaga, aby Wykonawca biorący udział w postępowaniu w ciągu 3 lat przed terminem składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wykonał – lub w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych, wykonuje należycie usługi przeprowadzenia co najmniej 2 regionalnych lub ogólnopolskich kampanii informacyjno-promocyjnych, o wartości co najmniej 100 000 zł brutto każda. Na potwierdzenie powyższego, Wykonawca przed podpisaniem umowy przedstawi Zamawiającemu stosowny dokument (referencje, potwierdzenie wykonania usługi, itp.).