

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

„Opracowanie strategii marki oraz kompleksowego systemu identyfikacji wizualnej wraz z wykonaniem strony internetowej dla "Wodociągi Słupsk"

Sp. z o.o. jako Koordynatora Słupskiego Klastra Bioenergetycznego”, w ramach złożonego wniosku o objęcie wsparciem bezzwrotnym z Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększania Odporności, dot. instalacji OZE realizowanych przez społeczności energetyczne, dla działania B.1: Demonstracyjne projekty inwestycyjne realizowane przez społeczności energetyczne – inwestycja B2.2.2/G1.1.2.

I. Wprowadzenie:

Słupski Klaster Bioenergetyczny (SKB) jest dobrowolnym porozumieniem lokalnie działających podmiotów zajmujących się wytwarzaniem energii elektrycznej i ciepłej w źródłach OZE oraz konwencjonalnych, zwiększaniem efektywności zużycia energii i paliw, rozwojem elektromobilności, rozwijaniem potencjału w zakresie magazynowania energii oraz usług związanych z bilansowaniem i równoważeniem energii. SKB jest więc platformą współpracy, koordynującą oraz inicjującą projekty wielu interesariuszy, szczególnie z zakresu rozwoju OZE oraz energetyki obywatelskiej i realizacji samorządowych Planów Gospodarki Niskoemisyjnej. Rozwój rozpoczętej inicjatywy SKB bazuje na modelach dotyczących zagadnień organizacyjnych i prawnych z zakresu energetyki rozproszonej i obywatelskiej. Założenia rozwojowe antycypują do zapisów znajdujących się w przepisach Ustawy o OZE i zmian związanych z implementacją dyrektyw RED II (2018/2001) oraz dotyczących wspólnych zasad rynku wewnętrznego energii elektrycznej (2019/944) i innych związanych z realizacją strategii zrównoważonego rozwoju zgodnych z taksonomią EU, w szczególności założeniami planu REPowerEU. SKB jest przedsięwzięciem, które w technicznym wymiarze ma zbilansować zapotrzebowanie na energię w regionie, co wymaga współpracy strony podaźowej i popytowej przy jednoczesnym zapewnieniu bezpieczeństwa energetycznego i należytej obsługi całego procesu. Dlatego członkiem klastra jest ważnym ogniwem, który powinien być świadomy zasad współpracy, aby zapewnić sobie i pozostałym członkom określone korzyści. Członkowie klastra związani porozumieniem klastrowym tworzą spójną całość, odgrywając jednocześnie w ramach klastra różne role. Liderem i koordynatorem SKB została lokalna spółka komunalna "Wodociągi Słupsk" Sp. z o.o. - Zamawiający, która jako podmiot wytwarzający energię i ciepło z OZE, podjęła inicjatywę stworzenia społeczności energetycznej. Ze względu na korzyści z zawarcia szerokiego porozumienia dla wszystkich uczestników klastra energii – m.in. przedstawicieli lokalnego biznesu, odbiorców indywidualnych i władz samorządowych – SKB może przyczynić się do wykorzystania lokalnych potencjałów regionu (wiatr i słońce) oraz rozwoju społeczeństwa obywatelskiego. SKB w swoim założeniu ma pozytywnie oddziaływać na lokalne środowisko, przynosząc mu szereg korzyści w sferze ekonomicznej, ekologicznej i społecznej. Integracja lokalnego środowiska ma na celu osiągnięcie niezależności energetycznej całego słupskiego regionu. Działanie to programowane jest zgodne z zasadą subsydiarności. Ukierunkowanie na lokalny obszar działania pozwala na pobudzenie aktywności samorządów i mieszkańców oraz stwarza szansę regionowi słupskiemu na wzrost konkurencyjności, wykorzystanie potencjału lokalnych przedsiębiorstw i stworzenie korzystnych warunków oferty dla potencjalnych inwestorów. W Słupsku i regionie kapitał społeczny wokół projektu słupskiego klastra budowany był oddolnie, czyli bez nakazów i „inicjatyw właścicielskich” spółek zależnych. Jest wynikiem wieloletniej współpracy

pomiędzy poszczególnymi partnerami, którzy stali się pierwszymi członkami klastra i ich dobrych doświadczeń. Jednym z elementów zgromadzonego kapitału były dobre relacje pomiędzy lokalnymi jednostkami samorządu terytorialnego, spółkami komunalnymi, biznesem czy organizacjami pozarządowymi. Pozytywne nastawienie lokalnych samorządów do inwestycji w źródła odnawialne oraz aktywność lokalnych liderów, pozwoliły na określenie wspólnych celów i zaplanowanie dalszych działań w zakresie energetyki w regionie słupskim.

Cele inicjatywy klastrowej SKB zostały szczegółowo opisane w załączonej Koncepcji rozwoju kompetencji energetycznych koordynatora klastra SKB.

Obecnie Słupski Klaster Bioenergetyczny nie posiada spójnego systemu identyfikacji wizualnej, ponadto nie posiada nowoczesnej i spójnej komunikacji działań, dlatego też "Wodociągi Słupsk" Sp. z o.o. jako Koordynator SKB w ramach przedmiotowego zamówienia publicznego jest zobowiązany do podjęcia działań informacyjnych i komunikacyjnych umożliwiających komunikację członków klastra oraz informacyjnych dla interesariuszy zainteresowanych usługami klastra.

W tym celu zasadne jest wykorzystanie i dostosowanie istniejących kanałów komunikacji należących do przedsiębiorstwa użyteczności publicznej „Wodociągi Słupsk”, uwzględniających rozwój nowych kompetencji energetycznych - jako Koordynatora SKB. Zadanie to obejmuje m.in. stworzenie spójnej strategii marki lokalnego przedsiębiorstwa komunalnego wraz z kompleksowym systemem identyfikacji wizualnej oraz wykonaniem strony internetowej obejmujących cały zakres działań Spółki, w tym jako Koordynatora SKB.

Obszarem działalności SKB jest Miasto Słupsk, Gmina Kobylnica, Gmina Redzikowo, Miasto Ustka i Gmina Ustka. Stanowi on również granicę działań komunikacyjnych.

II. Przedmiot zamówienia:

• Zakres przedmiotu zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest wykonanie usługi polegającej na opracowaniu strategii marki oraz kompleksowego systemu identyfikacji wizualnej wraz z wykonaniem strony internetowej dla "Wodociągi Słupsk" Sp. z o.o. jako Koordynatora Słupskiego Klastra Bioenergetycznego (wraz z projektem graficznym i wdrożeniem). Wykonanie usługi powinno uwzględniać dotychczasową działalność prowadzoną przez Koordynatora SKB, jego tradycje oraz wizję i misję z uwzględnieniem przyszłych i nowych kompetencji szczegółowo opisanych w *Koncepcji rozwoju kompetencji energetycznych koordynatora klastra SKB*. Celem realizacji zadania jest zbudowanie strategii marki "Wodociągi Słupsk" jako Koordynatora SKB i jego pozycjonowanie. Natomiast efektem tych działań będzie budowanie i wzmacnianie wizerunku zarówno "Wodociągi Słupsk" jako Koordynatora SKB jak i całego Słupskiego Klastra Bioenergetycznego poprzez stworzenie kompleksowej identyfikacji wizualnej na bazie przyjętych założeń strategii marki, co zapewni spójność działań informacyjno-promocyjnych.

• Szczegółowy zakres przedmiotu zamówienia obejmuje następujące etapy:

ETAP I: Analiza i diagnoza stanu obecnego (trendy, otoczenie społeczno-gospodarcze projektu oraz interesariusze), w tym m.in.:

- a) Zorganizowanie co najmniej 2 spotkań warsztatowych (min. 10 osób na każdym spotkaniu) w siedzibie Zamawiającego dla członków SKB, przedstawicieli Zamawiającego i Wykonawcy.
- b) Zebranie informacji i opinii, analiza danych pozwalających na diagnozę stanu marki "Wodociągi Słupsk" jako przedsiębiorstwo wodociągowo-kanalizacyjne oraz jako Koordynatora SKB. Analizę należy przeprowadzić na podstawie diagnoz i badań, opinii poszczególnych członków klastra, pozyskanych w szczególności podczas spotkań warsztatowych, według metodologii zaproponowanej przez Wykonawcę i ustalonej z Zamawiającym.
- c) Przygotowanie raportu końcowego i prezentacji zebranych informacji, wniosków i rekomendacji.
- d) Wykonawca przekaże Zamawiającemu 1 egz. ostatecznej wersji dokumentu w formie drukowanej oraz z wersji elektronicznej w tym edytowalnej.

ETAP II: Opracowanie dokumentu strategii marki - "Wodociągi Słupsk" jako Koordynatora SKB.

Opracowana strategia marki powinna stworzyć ramy dla konkretnych działań, które zostaną opracowane na jej podstawie, związanych z kreowaniem świadomości i rozpoznawalności marki, z dopasowanymi narzędziami komunikacji z uwzględnieniem grup docelowych i rynku, na który przekaz będzie kierowany.

Strategia marki realizowana będzie w celu zapewnienia spójnego, konsekwentnego i pozytywnego wizerunku "Wodociągi Słupsk" jako Koordynatora SKB.

Strategia winna obejmować m.in.:

- a. Charakterystykę i definicję marki: "Wodociągi Słupsk" jako Koordynatora SKB, w tym m.in.: cechy, struktura i historia z uwzględnieniem kluczowych projektów (sub-marek, w tym m.in.: Słupski Klaster Bioenergetyczny i Słupska Wyspa Bioenergetyczna jako projekt demonstracyjny SKB), które są jej podstawą (wprowadzenie, potencjały, cele

wizerunkowe, zasady zarządzania wizerunkiem i marką, analiza SWOT). Zaprezentowanie w interesującej formie tradycji, wizji i misji – wskazanie zakresu i kierunków działania całego przedsiębiorstwa.

- b. Analizę konkurencji, otoczenia marki "Wodociągi Słupsk", umiejscowienie w otoczeniu, dobre praktyki.
- c. Określenie specyficznej grupy odbiorców i interesariuszy, do której „Wodociągi Słupsk” oraz SKB kierują swoje działania, usługi i komunikację, uwzględniając ich zachowania, motywacje i potrzeby, pozwalające marce „Wodociągi Słupsk” wraz z SKB lepiej dostosować się do oczekiwań rynku i grup docelowych.
- d. Wykreowanie i utrzymanie rozpoznawalności marki "Wodociągi Słupsk" jako Koordynatora SKB na tle przedsiębiorstw w regionie i w Polsce, w tym wskazanie cech i wartości, które marka oferuje swoim odbiorcom.
- e. Wskazanie korzyści z pozycjonowania marki oraz uzasadnienie, dlaczego odbiorcy powinni uwierzyć w obietnice składane przez markę.
- f. Opracowanie strategii marki, w tym m.in.: określenie kierunków i celów komunikacji oraz sposobów i środków ich realizacji (język i kanały komunikacji, mapa działań), zgodnie z charakterem działalności Koordynatora SKB (monopol naturalny).

Wykonawca odpowiedzialny będzie za opracowanie dokumentu strategii marki "Wodociągi Słupsk" jako Koordynatora SKB oraz sposobu jej realizacji. Strategia stanowić powinna spójną kompozycję, prezentującą system połączeń pomiędzy kluczowymi elementami komunikacji, w odniesieniu do określonych cech i oczekiwań swoich odbiorców.

W zakresie wytycznych do strategii marki Wykonawca przygotuje zadania dla komunikacji, zmierzające do wypozycjonowania i upowszechnienia marki "Wodociągi Słupsk" jako Koordynatora SKB w zakresie grupy docelowej. W strategii znaleźć się powinny wytyczne, jakimi kanałami i narzędziami komunikacji strategia marki powinna być realizowana.

Dokument będzie podlegał akceptacji Zamawiającego. Wykonawca prześle Zamawiającemu 1 egz. ostatecznej wersji dokumentu w formie drukowanej oraz z wersji elektronicznej w tym edytowalnej.

ETAP III: Opracowanie hasła promocyjnego

Hasło promocyjne powinno wywierać pozytywne skojarzenia oraz wiązać się ze specyfiką działalności "Wodociągi Słupsk" również jako Koordynatora SKB.

Wykonawca przedstawi Zamawiającemu minimum 3 propozycje hasła promocyjnego spójnego z opracowywanym znakiem graficznym. Hasło promocyjne należy uwzględnić w dwóch wersjach językowych: polskim oraz angielskim.

Wszystkie opracowane propozycje Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji celem dokonania ostatecznego wyboru hasła promocyjnego.

Wykonawca prześle Zamawiającemu wszystkie obiekty źródłowe (w tym obiekty graficzne), które zostały wykonane na potrzeby opracowania hasła promocyjnego powinny być dostarczone w postaci plików programów źródłowych wielowarstwowych oraz w formacie umożliwiającym otwarcie ich w darmowym oprogramowaniu np. Inkscape.

1 egz. ostatecznej wersji dokumentu w formie drukowanej oraz z wersji elektronicznej w tym edytowalnej.

ETAP IV: Opracowanie Systemu Identyfikacji Wizualnej (SIW)

Główną ideą systemu identyfikacji wizualnej jest „zielony i niebieski” charakter przedsiębiorstwa wodno-kanalizacyjnego nowej generacji (odniesiony do śladu wodnego i węglowego), podkreślający charakter i tradycje, nowoczesnego, rozwijającego się w sposób trwały i zrównoważony, na wzór najlepszych przedsiębiorstw funkcjonujących na rynkach międzynarodowych, które łączą rozwój inteligentnej zielonej gospodarki ze sprawiedliwością społeczną, ochroną środowiska naturalnego i klimatu i ściśle wiąże się z rzeką Słupią oraz Morzem Bałtyckim. Zamawiający poszukuje "aspiracyjnego" systemu identyfikacji, który będzie budował pozytywne emocje i skojarzenia z nowoczesnym i otwartym na współpracę przedsiębiorstwem, podkreślającym zaangażowanie przedsiębiorstwa wodno-kanalizacyjnego we współpracę w zakresie energetyki z obecnymi i przyszłymi członkami Słupskiego Klastra Bioenergetycznego. System identyfikacji wizualnej powinien pozwalać na elastyczne i wszechstronne zastosowanie - zarówno na materiałach biurowych, promocyjnych czy informacyjnych stosowanych w "Wodociągach Słupsk". Zamawiający poszukuje rozwiązań, które będzie można stosować zarówno w podstawowych wariantach kolorystycznych, jak i w wariantach monochromatycznych i achromatycznych logotypu, możliwych do powielenia zarówno w druku masowym jak i w warunkach biurowych, w różnych technikach druku, a także do działań internetowych i mediów, wszystko na zasadach uwzględniających aktualne specyficzne wytyczne Unii Europejskiej w zakresie prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych oraz strategii marki.

Przedmiotem tej części zamówienia jest przygotowanie:

- a) dwóch wariantów systemu identyfikacji wizualnej marki „Wodociągi Słupsk” jako Koordynatora SKB w oparciu o wyznaczone we wcześniejszym etapie priorytety i założenia strategii marki do wyboru przez Zamawiającego. Na podstawie wybranego wariantu Wykonawca zbuduje nowy system identyfikacji wizualnej "Wodociągi Słupsk" jako Koordynatora. Identyfikacja wizualna powinna uwzględniać dwie sub-marki:
 - Słupski Klaster Bioenergetyczny SKB- opracowanie znaku graficznego, który będzie użytkowany przez wszystkich członków SKB;
 - Słupska Wyspa Bioenergetyczna SWB - jako projekt demonstracyjny realizowany przez Koordynatora Klastra obejmujący podmioty zasilane w ramach jednego demonstracyjnego obszaru bilansowania energetycznego szczegółowo opisanego w Koncepcji.
- b) Katalog jednolitej identyfikacji wizualnej marki – poprzez opracowanie księgi identyfikacji wizualnej "Wodociągi Słupsk" jako Koordynatora SKB stanowiącej załącznik do Strategii marki (opis idei znaku/LOGO/hasła promocyjnego "Wodociągi Słupsk" oraz znaku/LOGO SKB i SWB, wyglądu, konstrukcji - budowy LOGO, pola ochronnego, kolorystyki oraz zastosowanie na różnych tłach, przygotowanie wersji kolorowej, monochromatycznej i achromatycznej logotypu, skalowanie i minimalne rozmiary, typografię podstawową i uzupełniającą oraz przypadki użycia niedozwolonego).

System identyfikacji wizualnej powinien zawierać:

- katalog elementów bazowych tożsamości wizualnej, w tym m. in.: określenie i skatalogowanie kolorystyki znaku/logo i hasła promocyjnego, według podstawowych systemów (w tym: CMYK, RGB, PANTONE, skala szarości, monochrom, achromom); określenie precyzyjnych zasad wykorzystywania i ewentualnego współwystępowania znaku/logo określenie typografii dla różnych form komunikacji (urzędowa, promocyjna), dopuszczalne modyfikacje: skalowanie znaków i linii znaków na potrzeby druków firmowych

- katalog jednolitego systemu identyfikacji wizualnej "Wodociągi Słupsk" jako Koordynatora SKB zawierający projekty następujących elementów:
 - generalny key visual,
 - LOGO wraz z hasłem promocyjnym „Wodociągi Słupsk” oraz dodatkowo samo LOGO SKB i SWB,
 - wizytówki, papiery korespondencyjne A4 (wersja pozioma i pionowa),
 - koperty, teczki A4, zaproszenia, pieczętki
 - naklejki na samochody, wiatę przystankową czy inne niewielkich rozmiarów środki trwałe,
 - tabliczki na drzwi w Spółce, identyfikatory dla pracowników,
 - dyplomy i papeterie poczty elektronicznej,
 - prezentacje Power Point,
 - foldery informacyjne np. raporty, sprawozdania, opracowania,
 - foldery i broszury promocyjne,
 - zbiór zasad do projektowania strony internetowej (style guide),
 - banery internetowe, reklamy outdoor, wielkoformatowe,
 - ogłoszenia prasowe, reklamy prasowe,
 - plakaty, banery, roll-upy, itp. umieszczane podczas imprez i wydarzeń oraz wzory tablic informacyjno-promocyjnych,
 - gadżety reklamowe (w tym nadruki na koszulki, długopisy, torby materiałowe, kubki itp.),
 - ewentualnie inne elementy zaproponowane przez Wykonawcę.
 - opracowanie projektu oznaczenia siedziby Spółki
- zasady i procedury przyznawania prawa posługiwania się elementami tożsamości wizualnej "Wodociągi Słupsk" i SKB.

Wykonawca przedstawi Zamawiającemu dokument oraz projekty (po minimum 3 propozycje poszczególnych elementów) w formie elektronicznej, w terminie wynikającym z harmonogramu, celem akceptacji. Następnie Wykonawca przedstawi ostatecznie zaakceptowaną przez Zamawiającego wersję dokumentu i ostatecznie wybranych projektów- po jednej propozycji dla każdego ze wskazanych powyżej elementów SIW (w formie elektronicznej (wszystko) i drukowanej (dokument)).

Wykonawca przeniesie na Zamawiającego majątkowe prawa autorskie do całości prac i dokumentów powstałych w wyniku realizacji zamówienia Etapów I-IV, w zakresie rozporządzania nimi i korzystania z nich przez czas nieoznaczony na wszystkich polach eksploatacji.

Opracowanie strategii marki oraz systemu identyfikacji wizualnej "Wodociągi Słupsk"- jako Koordynatora SKB wraz z załącznikami należy przedłożyć Zamawiającemu w 2 zestawach składających się z:

- wersji drukowanych i elektronicznych (pendrive, chmura) przygotowanych opracowań i raportów,
- wszystkie obiekty źródłowe (w tym obiekty graficzne), które zostały wykonane w ramach przedmiotu zamówienia powinny być dostarczone w postaci plików programów źródłowych wielowarstwowych oraz w formacie umożliwiającym otwarcie ich w darmowym oprogramowaniu np. Inkscape.

Przekazanie ww. załączników winno nastąpić podczas spotkania Wykonawcy z Zamawiającym i członkami SKB, w siedzibie Zamawiającego wraz z jednoczesnym zaprezentowaniem ostatecznych efektów pracy obejmujących zakończoną realizację etapów I-IV.

ETAP V: Opracowanie projektu strony internetowej "Wodociągi Słupsk" jako Koordynatora SKB wraz z wdrożeniem go i przeprowadzeniem szkolenia.

Strona internetowa "Wodociągi Słupsk" Sp. z o.o. jako Koordynatora SKB powinna być elementem wspólnej komunikacji wizualnej przedsiębiorstwa.

Zakres prac:

- a. przygotowanie koncepcji przeorganizowania modułów/działów z uwzględnieniem przeprowadzonych prac przygotowawczych i strategicznych,
- b. przygotowanie dwóch koncepcji wizualnych strony internetowej w wersji desktop i mobile na przykładzie strony głównej i dwóch podstron z uwzględnieniem zasad UX/UI do wyboru przez Zamawiającego,
- c. wdrożenie strony www wraz z układem treści na podstawie wybranej koncepcji pod adresem www.wodociagi.slupsk.pl na serwerze wskazanym przez Zamawiającego wraz z usługą przeniesienia treści z obecnej strony internetowej Zamawiającego
- d. szkolenie redaktorów i administratorów,
- e. świadczenie usług wsparcia redaktorów i administratorów przez okres 12 miesięcy licząc od dnia podpisania protokołu odbioru końcowego na zgłoszenie Zamawiającego.

Wszystkie obiekty źródłowe (w tym obiekty graficzne), które zostały wykonane w ramach przedmiotu zamówienia powinny być dostarczone w postaci plików programów źródłowych wielowarstwowych oraz w formacie umożliwiającym otwarcie ich w darmowym oprogramowaniu np. Inkscape.

Wymagania techniczne i opis środowiska serwerowego:

Środowisko serwerowe

1. Zamawiający na czas wdrożenia udostępni Wykonawcy środowisko serwerowe – serwer www. Dostęp do tego serwera www zostanie zabezpieczony szyfrowanym połączeniem VPN, które zapewni Zamawiający.
2. Zamawiający zapewni certyfikat SSL.
3. Serwer www pracuje pod kontrolą systemu operacyjnego Oracle Linux 8 wraz z zainstalowanym oprogramowaniem:
 - a. httpd 2.4
 - b. MariaDB 3.10
 - c. PHP 7.4

Powyższe wersje oprogramowania traktowane są przez Zamawiającego jako wersje minimalne od których wdrożona strona internetowa ma działać prawidłowo. Zmiana parametrów usług, ich aktualizacja lub instalacja dodatkowego oprogramowania musi być uzgodniona z Zamawiającym i uzyskać jego akceptację.

Strona internetowa

1. Strona internetowa musi być zaprojektowana w dwóch wersjach językowych: polskim oraz angielskim z możliwością rozszerzenia o kolejne wersje językowe.
2. Kodowanie polskich znaków według standardu UTF-8.
3. Kodowanie strony internetowej musi być zgodne ze standardami W3C: HTML5, CSS3 oraz WCAG 2.1. Strona internetowa musi przechodzić poprawnie walidacje zgodności z powyższymi standardami przy pomocy narzędzi udostępnionych przez W3C
 - a. HTML5: validator.w3.org
 - b. CSS3: jigsaw.w3.org/css-validator

c. WCAG 2.0: www.achecker.ca

Walidacje strony internetowej (strony głównej i wybranych podstron przez Zamawiającego) zostaną przeprowadzone na etapie odbiorów częściowych i końcowego.

Wszystkie ostrzeżenia wykazane podczas walidacji muszą zostać rozwiązane przez Wykonawcę. Wykonawca może zignorować wskazane ostrzeżenie po wcześniejszej akceptacji przez Zamawiającego.

4. Strona internetowa i wszystkie podstrony muszą być wykonane z zastosowaniem najlepszych praktyk w dziedzinie budowania witryn WWW zgodnie ze standardami tworzenia stron internetowych W3C dla HTML, XHTML, CSS oraz zoptymalizowane pod kątem czasu ładowania.
5. Strona internetowa musi wyświetlać się prawidłowo na co najmniej następujących przeglądarkach internetowych: Edge, Chrome, Firefox, Safari dla oficjalnych najnowszych wersji stabilnych wydanych przez producentów jak również dla przeglądarek internetowych urządzeń mobilnych (tablety i telefony z systemem Android, iOS).
6. Strona internetowa w całości musi być dostosowana dla osób z niepełnosprawnością. Wykonawca musi opracować warstwę prezentacyjną strony internetowej uwzględniającą wymagania WCAG 2.1 na poziomie A i AA zgodnie z ustawą z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych (Dz. U. poz. 848 ze zm.) wraz z późniejszymi zmianami, z uwzględnieniem „Wytycznych dotyczących realizacji zasad równościowych w ramach funduszy unijnych na lata 2021-2027”.
7. Na stronie internetowej musi znajdować się Deklaracja dostępności, zgodnie z wytycznymi Ministerstwa Cyfryzacji na ustawy z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych (Dz. U. poz. 848 ze zm.) wraz z późniejszymi zmianami. Deklaracja dostępności zostanie przygotowana przez Zamawiającego i przekazana do umieszczenia przez Wykonawcę na stronie.
8. Strona internetowa musi wyświetlać komunikat o korzystaniu z plików „Cookies” wraz z trybem zgody na te pliki „Consent Mode”. Sposób zrealizowania tego mechanizmu oraz treść muszą zostać uzgodnione z Zamawiającym i uzyskać jego zgodę.
9. Strona internetowa musi wykorzystywać zasady Responsive Web Design (RWD). Layout graficzny strony internetowej musi zmieniać swój stan po przekroczeniu pewnych punktów granicznych w szerokości obszaru wyświetlanego przez przeglądarkę. Punkty te zostaną uzgodnione na etapie zaprezentowania projektu przez Wykonawcę.
10. Strona internetowa musi zostać zaprojektowana pod kątem SEO, tj. umożliwiać robotom wyszukiwarek skanowanie i indeksowanie treści strony – w tym przede wszystkim zawartości tekstowej, zdjęciowej i wideo wraz z opisami oraz słów kluczowych.
11. Strona internetowa nie może być stworzona w technologii Adobe Flash.
12. Strona internetowa musi mieć obsługę najczęstszych błędów np. przyjazna strona 404 powinna zawierać przyjazny zwrot przepraszący za zaistniałą sytuację oraz linki, które mogą pozwolić użytkownikowi szybko powrócić do istniejących podstron. Zamawiający musi mieć możliwość wprowadzenia treści obsługi błędu przez system CMS.
13. Strona internetowa musi w całości wykorzystywać wyłącznie technologie umożliwiające jej dalsze wykorzystanie i rozwój bez konieczności zakupu jakiegokolwiek licencji bądź oprogramowania, tj. strona internetowa musi być stworzona i rozwijana przy wykorzystaniu oprogramowania opartego o licencje typu „open source”.

14. Z poziomu opublikowanego artykułu powinna być zapewniona możliwość zmiany wielkości tekstu (tylko w obrębie tego artykułu), wydruku, wygenerowania pliku PDF z możliwością zapisania.
15. Strona internetowa musi być wyposażona w wyszukiwarkę. Powinna ona mieć możliwość wyszukiwania prostego oraz zaawansowanego. Efekty wyszukiwania muszą być zaprezentowane w sposób skrótowy ze wskazaniem szukanej frazy.

System CMS

1. Zamawiający ma mieć możliwość zarządzania treścią strony, jej całą zawartością i wyglądem przez system CMS. Wymagane jest aby było to oprogramowanie Wordpress, które w momencie zakończenia prac musi być zaktualizowane do najnowszej dostępnej stabilnej wersji.
2. Środowisko Wordpress zapewni Zamawiający natomiast wymaganą parametryzację i konfigurację tego środowiska przeprowadzi Wykonawca w asyście Zamawiającego podczas nadzorowanej sesji zdalnej.

Przeniesienie strony internetowej

1. Wykonawca, po zatwierdzeniu przez Zamawiającego projektu strony internetowej i układu modułów/działów, przeniesie wskazane treści z obecnej strony www.wodociagi.slupsk.pl do nowej strony internetowej.

• Dodatkowe wymagania:

Wykonawca przeniesie na Zamawiającego majątkowe prawa autorskie do całości prac i dokumentów powstałych w wyniku realizacji zamówienia Etapu V, w zakresie rozporządzania nimi i korzystania z nich przez czas nieoznaczony na wszystkich polach eksploatacji.

Przeprowadzenie szkoleń dla redaktorów i administratorów:

- szkolenie odbędzie się stacjonarnie w siedzibie Zamawiającego;
- szkolenie odbędzie w terminie do 7 dni kalendarzowych od ostatecznego odbioru strony, potwierdzonego protokołem odbioru częściowego etapu 5, termin zostanie ustalony przez strony;
- szkolenie musi odbyć się w ciągu jednego dnia (roboczego) i trwać min. 6 godzin;
- szkolenie będzie realizowane dla min. 2 – maks. 5 osób.

Świadczenie usług wsparcia redaktorów i administratorów:

Wykonawca będzie świadczył usługę wsparcia w zakresie wytworzonych produktów i oprogramowania dla Zamawiającego, przez okres 12 m-cy od daty odbioru końcowego, w liczbie 48 godz.