**Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia (OPZ)**

**Charakterystyka Zamawiającego**

Centrum Łukasiewicz jest podmiotem planującym i koordynującym badania naukowe   
i prace rozwojowe w Sieci Badawczej Łukasiewicz. W ramach Sieci działają Centrum Łukasiewicz i instytuty Sieci Badawczej Łukasiewicz. Sieć Badawcza Łukasiewicz zamierza zostać liderem B+R i komercjalizacji wśród organizacji badawczych w Polsce. Łukasiewicz dostarcza atrakcyjne, kompletne i konkurencyjne rozwiązania technologiczne. Oferuje biznesowi unikalny system „rzucania wyzwań”, dzięki któremu grupa 4 500 naukowców przyjmuje wyzwanie biznesowe i w nie więcej niż 15 dni roboczych proponuje przedsiębiorcy opracowanie skutecznego rozwiązania wdrożeniowego. Angażuje przy tym najwyższe w Polsce kompetencje naukowców i unikalną w skali kraju aparaturę naukową. Co najważniejsze – przedsiębiorca nie ponosi żadnych kosztów związanych z opracowaniem pomysłu na prace badawcze. Łukasiewicz w dogodny sposób wychodzi naprzeciw oczekiwaniom biznesu. Przedsiębiorca może zdecydować się na kontakt nie tylko przez formularz na stronie <https://lukasiewicz.gov.pl/biznes/> ale także w ponad 50 lokalizacjach: Instytutach Łukasiewicza i ich oddziałach w całej Polsce. Wszędzie otrzyma ten sam – wysokiej jakości – produkt lub usługę. Potencjał Łukasiewicza skupia się wokół takich obszarów badawczych jak: zdrowie, inteligentna i czysta mobilność, transformacja cyfrowa oraz zrównoważona gospodarka i energia. Więcej informacji o Łukasiewiczu na stronie www.lukasiewicz.gov.pl oraz w Raporcie dostępnym pod linkiem: <https://lukasiewicz.gov.pl/images/Raport-Lukasiewicza-2019-2020-Nauka-dla-Przyszlosci.pdf>

Główne cele strategiczne Sieci Badawczej Łukasiewicz:

* zostanie liderem B+R i komercjalizacji w Polsce wśród organizacji badawczych we wszystkich 4 kluczowych obszarach działalności,
* wspieranie innowacyjności polskiego biznesu i uzyskanie przez niego przewagi nad globalną konkurencją, budowanie silnych powiązań ze światem nauki za granicą,
* stworzenie atrakcyjnego miejsca pracy dla ludzi z pasją, którzy chcą aby ich pomysły stały się biznesem,
* wzrost gospodarki opartej o wiedzę i nowoczesne technologie poprzez zwiększenie nakładów polskich firm na B+R i komercjalizację wyników badań.

Elementem stanowiącym odzwierciedlenie charakteru i specyfiki działalności Łukasiewicza jest znak, który stanowi graficzną syntezę kluczowych dla marki skojarzeń: litery „Ł” nazwiska Ignacego Łukasiewicza, mikroskopu jako naukowego atrybutu oraz labiryntu jako drogi poszukiwań, zwieńczonej olśnieniem.



1. **Informacje ogólne o przedmiocie zamówienia**

Przedmiotem zamówienia jest wsparcie Centrum Łukasiewicz w realizacji działań edukacyjno – informacyjno – promocyjnych na rzecz marki Łukasiewicz poprzez:

1) rekomendowanie działań komunikacyjnych, przygotowanie planów aktywności medialnej i eventowej (mediaplanów) i ich wykonywanie,

2) opracowanie do 2 koncepcji linii kreatywnych (KVs reklamy statycznej) uwzględniających identyfikację wizualną Zamawiającego, do komunikacji w internecie   
i prasie tradycyjnej oraz dokonanie do 100 przeformatowań na potrzeby wykorzystania wybranego przez Zamawiającego KV w mediach elektronicznych i tradycyjnych.

Rozpoczęcie działań komunikacyjnych od dnia zawarcia umowy.

Zakończenie działań komunikacyjnych: nie później niż 15 grudnia 2022 roku

1. **Cel zamówienia**

Celem realizacji komunikacji jest kreowanie silnej marki Łukasiewicz o jednoznacznych skojarzeniach eksperckich i biznesowych w kluczowych grupach docelowych. Działania powinny uwzględniać obchody 200-lecia urodzin Ignacego Łukasiewicza.

1. **Grupy docelowe w komunikacji Łukasiewicza**
2. Kluczową grupą docelową są przedsiębiorcy (właściciele oraz osoby decyzyjne   
   w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach, wyższa i średnia kadra zarządzająca w przedsiębiorstwach, managerowie oraz osoby odpowiedzialne za technologie, finanse, rozwój i innowacje w dużych firmach, inżynierowie działów technicznych   
   i technologicznych, pracownicy obszarów badawczych przy i w przedsiębiorstwach ze szczególnym uwzględnieniem tych rozważających wdrożenie innowacji w swojej firmie, do których chcemy dotrzeć z przekazem o tym, że istnieje marka Łukasiewicz).

W definicjach Mediapanelu, standardzie badań internetu w Polsce, grupa docelowa jest określona w następujący sposób:

|  |  |
| --- | --- |
| Target group | Real users |
| Highly skilled worker, freelancer | 3 080 916 |
| Self employed | 2 072 952 |
| Administration clerk | 1 716 228 |
| Middle or low-level manager | 1 690 794 |
| CEO, director, top-level manager | 896 832 |
| Business owner | 769 824 |

1. Istotną grupą docelową są studenci ostatnich lat, absolwenci oraz profesjonaliści w zawodach zbieżnych z kierunkami działalności Łukasiewicza;
2. Szeroka opinia publiczna (szczególnie w zakresie komunikacji 200 – lecia urodzin Ignacego Łukasiewicza)
3. Dziennikarze mediów ogólnopolskich i regionalnych podejmujących tematykę gospodarczą, innowacji, badań, rozwoju oraz tematyki zbieżne z kierunkami badawczymi Łukasiewicza i Programami Łukasiewicza;
4. **Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia**

Do zadań Wykonawcy w ramach współpracy z Zamawiającym będzie należało:

* 1. Rekomendowanie podejmowania działań komunikacyjnych w związku   
     z potrzebami wizerunkowymi Zamawiającego;
  2. Przygotowanie na podstawie ustalań z Zamawiającym miesięcznych oraz cząstkowych planów aktywności medialnej i eventowej (mediaplanów) w postaci tabel obejmujących nazwę medium/wydarzenia, datę publikacji/wydarzenia, szacowane dotarcie (media), wysokość uzyskanego rabatu, prowizję Wykonawcy oraz koszt zakupu oraz przeformatowania (przygotowania materiału do publikacji), jeśli takowe występuje – obejmującymi wszystkie koszty konieczne do poniesienia w związku z realizacją działań po stronie Zamawiającego;
  3. Realizacja ww. działań wg założeń mediaplanu, w tym:
  4. Zakup mediów oraz opłacenie współpracy z influencerami / liderami opinii/ ambasadorami;
  5. Dostarczenie do mediów materiałów graficznych, tekstowych, video zgodnie ze specyfikacją przekazaną przez media;
  6. Zakup prawa do udziału w wydarzeniach specjalnych, którego warunki zostaną ustalone pomiędzy organizatorem wydarzenia oraz Zamawiającym;
  7. Zakup innej przestrzeni do prezentacji marki Łukasiewicz (w tym m.in. pokrycie kosztów udziału ekspertów wydarzeniu, wynajmu pomieszczeń do wydarzenia, organizacji poczęstunku dla gości wydarzenia, opracowania materiałów konferencyjnych, prostych treści video, kosztów foto, kosztów BTL oraz animacji, etc.);
  8. Wskazanie narzędzi analitycznych do pomiarów prowadzonych działań, prowadzenie stałego monitoringu tych działań i analizy prowadzonych statystyk oraz także optymalizacja efektywności działań na ich podstawie;
  9. Efektywna alokacja budżetu uwzględniająca zrównoważenie celów   
     w zastosowanym media mix;
  10. Opracowanie do 2 koncepcji linii kreatywnych (KV’s reklamy statycznej) uwzględniających identyfikację wizualną Zamawiającego, do komunikacji   
      w internecie i prasie tradycyjnej;
  11. Dokonanie do 100 przeformatowań na potrzeby wykorzystania KV w mediach elektronicznych i tradycyjnych;
  12. Raportowanie w cyklu miesięcznym (do 10 dnia następnego miesiąca poza grudniem 2022, kiedy to działania mają zostać zawarte w raporcie końcowym) realizowanych działań obejmujące przekazanie informacji o aktywnościach podjętych przez Wykonawcę na rzecz Zamawiającego, udostępnienie w kopii elektronicznej materiałów dowodowych (link do dysku wspólnego);
  13. Przedstawienie po zakończeniu działań w raporcie końcowym analizy post-buy   
      z oceną doboru mediów i efektywności kampanii, sumartycznego dotarcia   
      do grup docelowych oraz rekomendacjami dalszych działań.

1. **Harmonogram realizacji zamówienia**
2. Przedmiot Umowy będzie wykonywany od dnia zawarcia Umowy do dnia 15 grudnia 2022 roku, przy czym koncepcje KV przedstawione będą w ciągu 14 dni kalendarzowych od przekazania Wykonawcy przez Zamawiającego bierfu odpowiadającego na pytania o temat, cel, czas i preferowane media do komunikacji, a raport końcowy zostanie dostarczony do dnia 20 grudnia 2022 roku.
3. **Podstawowe zasady współpracy**
4. Wykonawca wyznaczy jedną osobę do ogólnej koordynacji realizacji zamówienia, która będzie współpracowała z osobami wskazanymi przez Zamawiającego.
5. Działania komunikacyjne będą realizowane na podstawie miesięcznych mediaplanów (uwzględniających działania komunikacyjne realizowane w danym miesiącu) oraz mediaplanów cząstkowych (uwzględniających działania dodatkowe, które nie zostały uwzględnione w planie miesięcznym).
6. Wykonawca będzie przedstawiał propozycje miesięcznych mediaplanów nie później niż na 3 dni robocze przed rozpoczęciem danego miesiąca kalendarzowego. Pierwszy mediaplan miesięczny zostanie przedstawiony Zamawiającemu do 3 dni po zawarciu umowy. Mediaplany cząstkowe będą powstawać na zlecenie Zamawiającego, w razie potrzeby aktualizacji mediaplanów miesięcznych.
7. Koncepcje KV i przeformatowania powstaną na odrębne zlecenie Zamawiającego, chyba że zostało to ujęte w mediaplanie.
8. W trakcie realizacji zamówienia Wykonawca będzie na bieżąco współpracował   
   z Zamawiającym lub innymi osobami wskazanymi przez Zamawiającego, niebędącymi pracownikami Zamawiającego.
9. Przy realizacji zamówienia Strony będą porozumiewały się ze sobą drogą mailową oraz telefoniczną. Zamawiający może wyznaczyć spotkania z Wykonawcą   
   za pośrednictwem środków porozumiewania się na odległość, przy czym termin spotkania powinien być w miarę możliwości ustalony z Wykonawcą.
10. Wszystkie materiały, które powstaną w trakcie realizacji zamówienia muszą być przedstawione do ostatecznej akceptacji Zamawiającego przed wyprodukowaniem i/lub upublicznieniem.
11. Wykonawca będzie wystawiał faktury VAT na podstawie zaakceptowanych przez Zamawiającego mediaplanów miesięcznych i cząstkowych oraz odpowiednio raportu miesięcznego lub końcowego.
12. Prowizja zawiera pełne wynagrodzenie Wykonawcy za zakup mediów, obecności na wydarzeniach specjalnych oraz zakupu innych powierzchni do prezentacji marki Łukasiewicz. Osobne wynagrodzenie jest należne Wykonawcy za opracowanie KV oraz dokonanie przeformatowań. Opracowanie KV’s oraz konieczność dokonania przeformatowań zostaną uwzględnione w mediaplanach będących podstawą realizacji działań
13. **Budżet przewidziany na realizację przedmiotu zamówienia**
14. Zamawiający przewidział budżet na realizację całości zadania opisanego   
    w niniejszym OPZ na maksymalnym poziomie 1.360 000,00 zł netto, czyli   
    1.672 800,00 zł brutto.
15. Szacunkowo całościowy koszt udziału w wydarzeniach specjalnych w okresie obowiązywania umowy zamknie się w kwocie 650.000 zł netto. Szacunki te nie są wiążące dla Zamawiającego i może on zdecydować w trakcie trwania umowy   
    o przesunięciu środków na inne zadania opisane w OPZ.
16. Przedmiot zadania będzie finansowany ze środków subwencji;
17. **Dodatkowe informacje**
18. Komunikacja powinna zagwarantować zbudowanie jak największego zasięgu dla przekazu Łukasiewicza, być efektywna i nieszablonowa.
19. Wykonawca jest odpowiedzialny za poprawność językową (stylistyczną, gramatyczną i ortograficzną) tekstów wykorzystywanych w działaniach komunikacyjnych.
20. W celu zwiększenia skuteczności prowadzonych działań Wykonawca zobowiązany jest do optymalizowania kreacji oraz wprowadzania zmian zarówno w kreacji jak   
    i w formacie po uprzedniej akceptacji takich zmian przez Zamawiającego.
21. Wykonawca w czasie trwania umowy może zwrócić się do Zamawiającego   
    z wnioskiem o zmianę lub modyfikację harmonogramu działań lub media planu, jeżeli wynika to z optymalizacji działań na podstawie raportów efektywności, interesu wizerunkowego Zamawiającego lub proponowana zmiana wpłynie pozytywnie na osiągnięcie wskaźników dotarcia.
22. Wykonawca zobowiązany jest do prowadzenia stałego monitoringu realizowanych działań komunikacyjnych oraz optymalizacji efektywności ich przebiegu   
    na podstawie prowadzonej analizy statystyk. Wyniki monitoringu mogą stanowić podstawę do zmiany harmonogramu, który musi być przedstawiony   
    i zaakceptowany przez Zamawiającego.
23. Wykonawca, za zgodą Zamawiającego, zobowiązany jest do wprowadzania zmian w zakresie zakupu mediów w przypadku:
24. zmiany przez medium ustalonego wcześniej terminu publikacji lub zaprzestania prowadzenia działalności przez medium;
25. zgłoszenia przez Zamawiającego konieczności zmiany w zakresie prostej zmiany kreacji i/lub hasła w związku z obiektywnym wydarzeniem zewnętrznym – powodującym niestosowność, dwuznaczność, prowadzonej komunikacji;
26. zgłoszenia przez Zamawiającego konieczności rezygnacji z obecności danego medium w mediaplanie w celu ochrony wizerunku Zamawiającego.
27. Wykonawca zobowiązany jest raportować efekty swoich działań w cyklu miesięcznym oraz podsumować działania w raporcie końcowym.
28. Wykonawca jest zobowiązany zapewnić wgląd (dane dostępowe) do narzędzi analitycznych stosowanych w działaniach.
29. Wykonawca odpowiada za wszelkie zobowiązania formalno-prawne wobec podmiotów z nim współpracujących przy lub na rzecz realizacji zamówienia.
30. Jeżeli w ramach realizacji przedmiotu umowy będą pomiędzy Zamawiającym   
    a Wykonawcą przekazywane dane osobowe, to informacje te będą szyfrowane   
    w sposób uzgodniony przez Strony.
31. **Przeniesienie praw autorskich**

Zamawiający oczekuje przeniesienia autorskich praw majątkowych do wytworzonych   
na podstawie Umowy utworów w rozumieniu przepisów o prawach autorskich i prawach pokrewnych, w szczególności prac projektów graficznych (KV’s oraz przeformatowania)