

MCPS-WZK/CM/351-1/2024 TP/U

załącznik nr 1 do SWZ

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie i przeprowadzenie kampanii społecznej (zwanej dalej „kampanią”) zwracającej uwagę na działania umożliwiające większą partycypację w życiu społecznym oraz dostępności dla osób z niepełnosprawnością.

1. Zamawiający

Mazowieckie Centrum Polityki Społecznej z siedzibą przy ul. Grzybowskiej 80/82, 00-844 Warszawa, NIP: 5262380101, REGON: 016122452.

2. Grupa docelowa kampanii

Mieszkańcy województwa mazowieckiego, bez względu na płeć i wiek.

3. Cel przedmiotu zamówienia

Opracowanie i przeprowadzenie kampanii społecznej będącej kontynuacją lub nową kampanią nawiązującą do przeprowadzonej przez Mazowieckie Centrum Polityki Społecznej w 2023 roku kampanii pn. „Widzisz ograniczenia, dostrzeż możliwości.” Celem kampanii jest zwiększenie świadomości mieszkańców Mazowsza w zakresie oferowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego (wraz z jednostkami oraz spółkami, w których samorząd posiada udziały) działań umożliwiających większą partycypację w życiu społecznym oraz dostępności dla osób z niepełnosprawnością.

Kampania pn. „Widzisz ograniczenia, dostrzeż możliwości.” dostępna jest na stronie internetowej:

<https://mcps.com.pl/widzisz-ograniczenia-dostrzez-mozliwosci-3/informacje-prasowe/>

<https://mcps.com.pl/widzisz-ograniczenia-dostrzez-mozliwosci/informacje-prasowe/>

4. Termin realizacji zamówienia

Wykonawca zobowiązany jest do zrealizowania przedmiotu zamówienia w terminie 60 dni od podpisania umowy, przy założeniu czasu trwania kampanii przez 4 tygodnie.

5. Zakres zamówienia

Wykonawca zobowiązany jest do organizacji wszystkich działań związanych z przeprowadzeniem kampanii, w tym w szczególności:

- 1) Opracowania koncepcji kreatywnej, harmonogramu kampanii oraz media planu uwzględniającej elementy opisane w niniejszym opisie przedmiotu zamówienia.
- 2) Opracowania na podstawie zaakceptowanej przez Zamawiającego koncepcji kreatywnej założeń do przygotowania scenariusza i wykonania na jego podstawie, jednego wprowadzającego spotu informacyjnego, o długości od 60 do 120 sekund oraz spotu do publikacji w Internecie. Spot informacyjny powinien zawierać dodatkowe wersje z transkrypcją na polski język migowy oraz audiodeskrypcję. Spot powinien być oznaczony hasztagiem kampanii.
- 3) Opracowania założeń do przygotowania scenariuszy oraz wykonania na ich podstawie czterech spotów filmowych trwających od 15 do 30 sekund przedstawiających oferowane przez samorząd województwa mazowieckiego działania umożliwiające większą partycypację w życiu społecznym oraz dostępności dla osób z różnymi niepełnosprawnościami (sugerowane obszary adresatów: dla osób z dysfunkcją narządu ruchu, osoby z dysfunkcją narządu słuchu, osoby z dysfunkcją narządu wzroku, osoby nieneuronormatywne). Wszystkie spoty powinny zawierać dodatkowe wersje z transkrypcją na polski język migowy oraz audiodeskrypcję.
- 4) Opracowania projektu czterech tematycznych banerów reklamowych zgodnie z wytycznymi dla spotów reklamowych opisanych w pkt 3.
- 5) Opracowania projektu graficznego plakatu reklamowego promującego kampanię. Plakat powinien być przygotowany w formie pliku elektronicznego umożliwiającego jego udostępnienie w mediach społecznościowych, stronie internetowej oraz nośnikach wskazanych do wyświetlania spotów lub innych wskazanych przez Wykonawcę w koncepcji kreatywnej.
- 6) Opracowanie dedykowanego dla kampanii hasztagu oraz hasła promującego.
- 7) Utworzenie dla Zamawiającego kont w mediach społecznościowych, na których będzie prowadzona kampania.

8) Przeprowadzenia kampanii na terenie województwa mazowieckiego w jego ośmiu subregionach:

- Subregion ciechanowski obejmujący powiaty: ciechanowski, mławski, płoński, pułtuski, żuromiński oraz miasto Ciechanów,
- Subregion ostrołęcki obejmujący powiaty: makowski, ostrołęcki, ostrowski, przasnyski, wyszkowski oraz miasto Ostrołęka,
- Subregion płocki obejmujący powiaty: gostyniński, płocki sierpecki oraz miasto Płock,
- Subregion radomski obejmujący powiaty: białobrzeski, kozienicki, lipski, przysuski, radomski, szydłowiecki i zwoleński oraz miasto Radom,
- Subregion siedlecki obejmujący powiaty: garwoliński, łosicki, siedlecki, sokołowski i węgrowski oraz miasto Siedlce,
- Subregion żyrardowski obejmujący powiaty: grójecki, sochaczewski, żyrardowski,
- Subregion warszawski zachodni obejmujący powiaty: grodziski, nowodworski, piaseczyński, pruszkowski i warszawski zachodni,
- Subregion warszawski wschodni obejmujący powiaty: legionowski, miński, otwocki, wołomiński.

9) Kampania społeczna będzie realizowana na podstawie opracowanych media planów emisji, w następujących mediach na terenie województwa mazowieckiego w wymienionych w pkt 8 subregionach:

a) w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram):

Emisja materiałów wideo na Facebook'u i Instagramie, w postaci czterech rotujących spotów filmowych trwających od 15 do 30 sekund, plakatu/tematycznych banerów reklamowych oraz inne działania określone w koncepcji kreatywnej.

Założono jedną falę reklamową o długości czterech tygodni, z geotargetowaniem na województwo mazowieckie, w szczególności wymienione w pkt 8 subregiony.

Założono minimalną ilość wyświetleń na 500.000 na Facebook'u i 500.000 na Instagramie, łącznie 1.000.000 wyświetleń dedykowanych materiałów w ramach prowadzonej kampanii społecznej w ww. mediach.

b) W lokalnych kinach na terenie województwa mazowieckiego.

Emisja czterech rotujących spotów filmowych trwających od 15 do 30 sekund, plakatu oraz tematycznych banerów reklamowych przed wyświetleniem filmu w min. 30 (słownie: trzydziestu) lokalnych kinach na terenie województwa mazowieckiego w wymienionych w pkt 8 subregionach.

Założono kampanię 4-tygodniową we wszystkich ww. kinach lokalnych z założoną widownią estymowaną na poziomie minimum 100 000 osób.

c) Przy wykorzystaniu nośników reklamowych w postaci monitorów LCD/plakatów/nadruków znajdujących się w/na pojazdach komunikacji miejskiej.

Założono 4-tygodniową kampanię reklamową, w każdym w wymienionych w pkt 8 subregionów.

Częstotliwość emisji spotów reklamowych/ tematycznych banerów reklamowych w każdym subregionie na ekranach LED: min. 64 emisje dziennie we wszystkich pojazdach przewoźnika wyposażonych w ekrany LCD. Minimalna liczba pojazdów w których będzie prowadzona kampania nie może być mniejsza niż 30 pojazdów na każdy subregion.

10) Przekazania całości praw autorskich do materiałów wyprodukowanych w ramach kampanii na wszystkich polach eksploatacji na rzecz Zamawiającego.

11) Zaangażowania osób uczestniczących w kampanii (sugerowane osoby z dysfunkcją narządu ruchu, osoby z dysfunkcją narządu słuchu, osoby z dysfunkcją narządu wzroku, osoby nieneuronormatywne) oraz pokrycia kosztów ich zatrudnienia oraz przekazania praw autorskich.

12) Wykonawca zobowiązany jest do zebrania stosownych zgód na przetwarzanie danych osobowych oraz na wykorzystanie i rozpowszechnianie wizerunku od osób występujących w materiałach filmowym/spocie.

- 13) Zapewnienie profesjonalnego montażu materiałów filmowych, opracowanie oprawy graficznej i animacji, podkładów muzycznych na etapie całej postprodukcji, która będzie realizowana w jakości HD (min. High Definition 1920 x 1080i).
- 14) Format, układ, rozdzielczość lub dźwięk spotów, plakatu oraz tematycznych banerów reklamowych winien być dostosowany do nośników na jakich będzie zamieszczany, zapewniając ich kompatybilność, trwałość oraz wysoką jakość wyświetlania/prezentacji.

UWAGA: Zamawiający informuje, że zamierza zlecić emisję przygotowanych w ramach zamówienia spotów i tematycznych banerów reklamowych na ekranach (wyświetlaczach) w pociągach spółki Koleje Mazowieckie Sp. z o.o. oraz Warszawska Kolej Dojazdowa Sp. z o.o.

Wykonawca zobowiązany jest do uwzględnienia tego faktu przy opracowaniu koncepcji kreatywnej, harmonogramu kampanii oraz parametrów spotów i tematycznych banerów reklamowych.