

MCPS.ZP/PG/351-42/2022 TP/U/S

Opis przedmiotu zamówienia

1. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest usługa:

1. Opracowania i przeprowadzenia kampanii społeczno-edukacyjnej skierowanej do uczestników i pracowników świetlic socjoterapeutycznych/świetlic środowiskowych z obszarów gminnych z terenu województwa mazowieckiego w celu poszerzenia wiedzy na temat zaburzeń zdrowia psychicznego, depresji występującej wśród dzieci i młodzieży.
2. Odbiorcami kampanii będą:
 - rodzice/opiekunowie/nauczyciele/wychowawcy/ pracownicy świetlic socjoterapeutycznych /świetlic środowiskowych z terenu województwa mazowieckiego,
 - dzieci i młodzież z terenu województwa mazowieckiego,
2. **Cel przedmiotu zamówienia**
3. Podniesienie poziomu wiedzy i świadomości społeczeństwa na temat zjawiska zaburzeń psychicznych wśród dzieci i młodzieży i ich skutków, w szczególności depresji. Celem przedsięwzięcia jest uwrażliwienie dorosłych na problem depresji wśród nastolatków. Uczestnicy kampanii dowiedzą się m.in.: jak rozpoznać chorobę u dziecka, jak z nim rozmawiać i wspierać w chorobie oraz gdzie szukać pomocy.

4. Termin

Wykonawca zobowiązany jest do zrealizowania przedmiotu umowy w okresie 140 dni od daty zawarcia umowy (20 tygodni) nie później jednak niż do 30 października 2022 r., przy założeniu czasu trwania kampanii min. 2 miesiące.

5. Zakres zamówienia

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

1. Wykonawca zobowiązany jest do opracowania koncepcji oraz harmonogramu kampanii społecznej uwzględniającej elementy opisane w niniejszym opisie przedmiotu zamówienia. Koncepcja wraz z harmonogramem powinna zostać zaprezentowana Zamawiającemu do akceptacji w terminie do 7 dni roboczych po podpisaniu umowy.
2. Wykonawca zobowiązany jest do opracowania plakatu promującego kampanię, specjalistycznego hasztagu oraz hasła promującego kampanię. Opracowanie plakatu ma być w formie graficznej do udostępnienia w mediach społecznościowych, stronie internetowej zamawiającego oraz do przesłania w formie elektronicznej świetlicom socjoterapeutycznym/świetlicom środowiskowym.
Wykonawca przedłoży w ciągu 7 dni roboczych od dnia podpisania umowy propozycje trzech haseł kampanii, trzech projektów plakatów, trzech projektów hasztagu, które podlegać będą akceptacji przez Zamawiającego.
3. Wykonawca przygotuje dwa nagrania video/filmy, podcasty dotyczące kampanii.
 - a) Film/nagranie/podcast skierowany do; rodziców/opiekunów/nauczycieli/wychowawców/ pracowników świetlic socjoterapeutycznych/środowiskowych ukazujący problem depresji wśród dzieci i młodzieży, Wykonawca zaprezentuje relację rodzica z dzieckiem, które doświadczyło i/lub doświadcza kryzysu psychicznego (zaburzeń w obszarze zdrowia psychicznego lub/i chorób psychicznych). W filmie/nagranii przedstawione zostaną sposoby/ formy w jaki sposób rodzic/opiekun/wychowawca może rozpoznać oznaki depresji wśród dzieci i młodzieży, przedstawione zostaną również elementy w jaki sposób pracować z osobami w depresji. Projekcja powinna być w formie rozmowy/wywiadu z udziałem rodzica/rodziców lub aktora/aktorów w roli rodzica/rodziców. Film powinien zawierać podsumowanie i możliwe do wdrożenia rozwiązania poruszanych problemów/formy możliwej pomocy/sposobu rozmawiania, ukazania kierunków wykrycia stanów depresyjnych u dziecka. Czas trwania filmu: nie krócej niż 20 min i nie dłużej niż 30 minut. Film powinien zawierać urozmaicone techniki filmowe tak by wzbudzić zainteresowanie odbiorcy(wykorzystanie animacji, slow motion).
 - b) Film/nagranie/podcast skierowany do dzieci i młodzieży. Wykonawca zaproponuje co najmniej 2 osoby znane ze środowiska social mediów w środowisku dzieci i młodzieży (influencerów, youtuberów, tiktokerów), która opowiedzą o doświadczeniach dzieci i młodzieży związanych z problemami psychicznymi w szczególności z depresją. Film powinien zawierać podsumowanie i możliwe do wdrożenia rozwiązania poruszanych problemów/formy możliwej pomocy .Film/nagranie/podcast powinien

zawierać informację gdzie dzieci/młodzież mogą udać się po poradę. Czas trwania filmu: nie krócej niż 20 min i nie dłużej niż 30 minut. Film powinien zawierać urozmaicone techniki filmowe tak by wzbudzić zainteresowanie odbiorcy(wykorzystanie animacji, slow motion).

- c) Do każdego nagrania zostanie opracowane 30 s. streszczenie do zamieszczenia pod banerami promującymi kampanię (po jednym do każdego filmu)- do wykorzystania na etapie wcześniejszej promocji kampanii, na facebooku i stronie internetowej zamawiającego, stronach internetowych świetlic socjoterapeutycznych/środowiskowych.
 - d) Filmy powinny być przygotowane w wysokiej rozdzielczości min. Full HD, 30 klatek na sekundę wraz z dobrej jakości podkładem dźwiękowym. W przypadku zastosowania dodatkowego podkładu muzycznego powinien on być dostosowany do montażu i tematyki filmu. Film powinien być przygotowany w uniwersalnym formacie pozwalającym na odtworzenie go przy użyciu różnego rodzaju oprogramowania. Emisja filmów powinna być możliwa przy wykorzystaniu sprzętu o wysokiej rozdzielczości na nośnikach multimedialnych, jak i w internecie oraz zawierać transkrypcję.
4. Przeprowadzenie i promocja kampanii w mediach społecznościowych z użyciem opracowanych materiałów kampanijnych (nagrania, plakat w formie graficznej, hasło kampanii, hasztag).
 5. Nawiązanie współpracy ze świetlicami socjoterapeutycznymi/ środowiskowymi z województwa mazowieckiego oraz z gminami z województwa mazowieckiego w celu upowszechnienia kampanii.
 6. Spoty informacyjne powinny zawierać dodatkowe wersje z transkrypcją na pisany język polski oraz tłumaczenie migowe.

W ramach wykonania przedmiotu umowy, Wykonawca zobowiązuje się do: utrzymywania stałego kontaktu (telefonicznego, mailowego, osobistego itp.) z Zamawiającym na każdym etapie realizacji zamówienia, uzgadniania i każdorazowego uzyskania akceptacji Zamawiającego dla produktów Umowy. Wszystkie materiały multimedialne i graficzne powinny być przygotowane w sposób dostępny i zgodny z ustawą z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami, w tym zgodnie z wytycznymi WCAG 2.1 4.5 Wykonawca nawiąże współpracę i zaangażuje do udziału w kampanii co najmniej 100 świetlic socjoterapeutycznych/środowiskowych z terenu województwa mazowieckiego. Przez nawiązanie współpracy należy rozumieć przekazanie świetlicom socjoterapeutycznym/środowiskowym przez Wykonawcę pakietu materiałów promocyjnych w celu przeprowadzenia kampanii lokalnych. Wykonawca nawiąże współpracę z wykwalifikowaną kadrą z dziedziny zaburzeń psychicznych w tym depresji w celach realizacji i przygotowania materiału.

6. Wymagania odnośnie Wykonawcy

Wykonawca powinien posiadać doświadczenie w realizacji kampanii społecznej o charakterze edukacyjno-informacyjnym, tzn. w ciągu ostatnich 3 lat oferent opracował/przeprowadził/wykonał 4 i więcej filmów/spotów/kampanii z udziałem specjalistów z dziedziny psychologii/psychiatrii.

7. Logo

1. Wykonawca zobowiązany jest zastosować logo Mazowieckiego Centrum Polityki Społecznej i logo Marki Mazowsze.
2. Po wstępnej akceptacji ze strony Zamawiającego – Wykonawca zobowiązuje się do uzyskania akceptacji produktów umowy z logo Mazowieckiego Centrum Polityki Społecznej – w Biurze Promocji Centrum przesyłając projekt na adres: marka.mcps@mcps.com.pl, oraz z logotypem Marki Mazowsze – w Biurze Marki i Wizerunku Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego, przesyłając na adres: siw@mazovia.pl, Wykonawca musi przedstawić Zamawiającemu oficjalne dokumenty potwierdzające uzyskanie przedmiotowej akceptacji.
3. Wytyczne do stosowania logotypu Marki Mazowsze, dostępne są na stronie internetowej www.mazovia.pl w zakładce „Marka Mazowsze”, a do stosowania logo Mazowieckiego Centrum Polityki Społecznej – na stronie www.mcps.com.pl w zakładce „Dla mediów”, w podzakładce „Marka MCPS”.

7. Ramowy harmonogram prac

- 1) Wykonawca przekaże Zamawiającemu do akceptacji e-mailem, w terminie nie dłuższym niż 7 dni roboczych od dnia podpisania umowy projekt strategii, harmonogramu kampanii społecznej, oraz propozycje 3 haseł kampanii.
- 2) Zamawiający będzie wnosił uwagi lub dokonywał mailowej i/lub telefonicznej akceptacji przesłanych materiałów w ciągu 7 dni roboczych od ich otrzymania.
- 3) Wykonawca będzie nanosił zmiany (poprawki, uzupełnienia), wskazane przez Zamawiającego w terminie 4 dni roboczych licząc od dnia poinformowania przez Zamawiającego o nieprzyjęciu projektu. W przypadku uchylania się Wykonawcy od wskazanych terminów i braku dostarczenia przez Wykonawcę zmienionego projektu Przedmiotu umowy (zmian wprowadzonych przez Zamawiającego), Zamawiający może naliczyć kary umowne w wysokości 0,1 % wynagrodzenia Wykonawcy za każdy dzień zwłoki licząc od dnia ostatniego wezwania Wykonawcy do wprowadzenia poprawek w przedmiocie umowy.

4) Zamawiający powiadomi Wykonawcę o ostatecznej akceptacji projektu drogą mailową i lub telefonicznie poprzez wezwanie do podpisania protokołu odbioru pracy.

Wykonawca zobowiązuje się do przekazania całości praw autorskich do emisji ww. gotowych spotów informacyjnych, na wszystkich polach eksploatacji na rzecz Zamawiającego.