



Fundusze Europejskie
dla Nowoczesnej Gospodarki



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

Załącznik nr 1 do SWZ

nr referencyjny: DZA.DPE.25.54.2024/TP

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (OPZ)

I. Przedmiot zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest usługa na kompleksową obsługę działań informacyjno-promocyjnych w związku z realizacją projektu, pn. Polskie Mosty Technologiczne, finansowanego w ramach Programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki (FENG) 2021-2027, działanie FENG.02.24 Polskie Mosty Technologiczne.

Zamówienie obejmuje:

1. Działania w mediach społecznościowych,
2. Przygotowanie informacji prasowych wraz z ich dystrybucją oraz follow up,
3. Przygotowanie spotów reklamowych w formie audio-wideo,
4. Przygotowanie spotów radiowych wraz z ich dystrybucją (zaplanowanie i zakup).

II. Termin i miejsce realizacji:

Przedmiot zamówienia będzie realizowany w terminie 24 miesięcy, od dnia zawarcia umowy.

III. Realizacja poszczególnych elementów zamówienia:

1. Wytyczne ogólne:

- A. Wszystkie podejmowane przez Wykonawcę działania winny być zgodne z następującymi wytycznymi:
 - a) Wytyczne dotyczące informacji i promocji Funduszy Europejskich na lata 2021-2027, dostępnych na stronie internetowej: [Wytyczne dotyczące informacji i promocji Funduszy Europejskich na lata 2021-2027 - Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej \(funduszeuropejskie.gov.pl\)](https://funduszeuropejskie.gov.pl)
 - b) Wytyczne dotyczące realizacji zasad równościowych w ramach funduszy unijnych na lata 2021-2027, dostępnych na stronie internetowej: [Wytyczne dotyczące realizacji zasad równościowych w ramach funduszy unijnych na lata 2021-2027 - Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej \(funduszeuropejskie.gov.pl\)](https://funduszeuropejskie.gov.pl)
 - c) Zasadami prostego języka, dostępnymi na stronie internetowej: [O prostym języku - Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej \(funduszeuropejskie.gov.pl\)](https://funduszeuropejskie.gov.pl)
 - d) Z zapisami Ustawy z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych i standardem WCAG 2.1
 - e) Księgą Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie 2021-2027: [Księga Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie 2021-2027 \(funduszeuropejskie.gov.pl\)](https://funduszeuropejskie.gov.pl)
- B. Podczas realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca jest zobowiązany do:
 - a) ścisłej i bieżącej współpracy z Zamawiającym,
 - b) realizacji poszczególnych zadań wchodzących w zakres zamówienia zgodnie z wymogami Zamawiającego oraz ustaleniami podjętymi wspólnie z Zamawiającym w trakcie przygotowań i realizacji zamówienia,
 - c) działania z dochowaniem najwyższej staranności i zgodnie z obowiązującym stanem prawnym oraz regulacjami organizacyjnymi i technicznymi.
- C. W ramach zamówienia Wykonawca odpowiada za:
 - a) koordynację i nadzór nad wszelkimi działaniami podejmowanymi w związku z realizacją zamówienia przez zatrudnionych przez siebie pracowników,



- b) koordynację i nadzór nad wszystkimi podwykonawcami w celu zapewnienia należytego i terminowego wykonania zamówienia (jeśli dotyczy).
- D. Przy realizacji zamówienia Zamawiający dopuszcza możliwość porozumiewania się z Wykonawcą drogą mailową, telefonicznie lub osobiście.
- E. Wykonawca odpowiada za wypełnienie wszelkich zobowiązań formalno-prawnych i finansowych wobec swoich podwykonawców i pracowników współpracujących z nim przy lub na rzecz realizacji niniejszego zamówienia oraz za współpracę z nimi.
- F. Sposób akceptacji przez Zamawiającego poszczególnych elementów zamówienia będzie przebiegał następująco:
 - a) Wykonawca przedstawia materiał Zamawiającemu do akceptacji,
 - b) Zamawiający przyjmuje przedstawiony materiał albo zgłasza uwagi niezwłocznie po jego otrzymaniu (zgodnie z terminami określonymi w Harmonogramie realizacji zamówienia, o którym mowa w § 5 Załącznika nr 4 – Projektowane postanowienia umowy).
 - c) w przypadku konieczności wprowadzenia zmian do materiału, Wykonawca niezwłocznie uwzględnia uwagi Zamawiającego (zgodnie z terminami określonymi w Harmonogramie realizacji zamówienia),
 - d) do momentu ostatecznej akceptacji materiału Zamawiający ma prawo zgłaszania Wykonawcy uwag i zastrzeżeń;
 - e) brak akceptacji przez Zamawiającego będzie stanowić podstawę do nieodebrania prac przez Zamawiającego.
- G. **W terminie ustalonym z Zamawiającym w okresie obowiązywania umowy nie później niż 5 dni przed datą zakończenia umowy,** Wykonawca przedstawi raport końcowy, w którym opisie wszystkie przeprowadzone w ramach zamówienia zadania i ich efekty.
- H. Raport końcowy zawierać będzie pełne zestawienie ilości oraz rodzaju usług i zadań zrealizowanych w ramach realizacji umowy oraz ich efekty, w tym. m.in.
 - a) Zestawienie dotyczące ilości przygotowanych miesięcznych strategii z tematami do komunikacji, ilości stworzonych postów (copy oraz materiały graficzne), rodzajów materiałów graficznych lub video stworzonych i przekazanych Zamawiającemu, oraz daty ich przekazania.
 - b) Zestawienie dotyczące ilości wszystkich zrealizowanych informacji prasowych, oraz raporty z ich wysyłki i follow up (informacje o publikacjach informacji prasowej, w tym przede wszystkich datach publikacji, tytułach, w których dany materiał się ukazał, oraz skuteczności follow up.)
 - c) Zestawienie dotyczące ilości przygotowanych spotów audio-wideo, oraz ich wymagań technicznych, krótkiego opis koncepcji/scenariusza każdego spotu, dat i formy ich przekazania Zamawiającemu, a także ilości przygotowanych do celów stworzenia spotów i przekazanych w formie plików otwartych grafik, ikonografik, zdjęć i innych.
 - d) Zestawienie dotyczące ilości i długości przygotowanych i wyemitowanych spotów radiowych, daty i godziny ich emisji, nazwę radia emitującego, a także zestawienie zawierające wskaźniki dotarcia każdej kampanii radiowej.
- I.

2. Działania w mediach społecznościowych:

- A. Usługa będzie polegała na przygotowaniu materiałów graficznych oraz tekstowych (copy) do wykorzystania w mediach społecznościowych Zamawiającego, tj. Facebook, LinkedIn, w okresie trwania umowy. Komunikacja w mediach społecznościowych prowadzona będzie w języku polskim.
- B. Treści dotyczące projektu, które będą tworzone przez Wykonawcę i docelowo publikowane w kanałach społecznościowych Zamawiającego, powinny tworzyć spójny obraz z pozostałymi treściami zamieszczanymi przez PAIH S.A., w tym w warstwie wizualnej (np. wspólna kolorystyka, elementy graficzne) – zgodnie z wytycznymi Zamawiającego.
- C. Wytyczne zostaną przekazane przez Zamawiającego podczas spotkania po zawarciu umowy.
- D. Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowanie postów (tj. copy i materiałów graficznych) dotyczących projektu Polskie Mosty Technologiczne.



- E. Wykonawca będzie opracowywał miesięczną strategię z tematami do komunikacji (uwzględniając bieżącą tematykę istotną dla Zamawiającego), zgodnie z Harmonogramem realizacji zamówienia. Wykonawca będzie zobowiązany do opracowywania w terminie **14 dni przed planowanym zamieszczeniem w mediach społecznościowych** strategii tematów do komunikacji na kolejny miesiąc i przesłania go Zamawiającemu do akceptacji. Strategia tematów do komunikacji będzie zawierała: propozycje postów (copy i materiał graficzny lub video) oraz proponowane daty i godziny publikacji, które w ocenie Wykonawcy wpłyną na zwiększenie zasięgów poszczególnych wpisów. Szczegółowe zasady planowania i tworzenia postów w mediach społecznościowych, będą na bieżąco ustalane pomiędzy Stronami, w szczególności z uwzględnieniem harmonogramu innych działań komunikacyjnych, prowadzonych przez Zamawiającego.
- F. Wykonawca będzie tworzył posty (wszystkie dostępne formy w ramach danego medium (copy, grafiki, zdjęcia, video): **10 postów/ miesiąc, (maksymalnie 3 posty/ tydzień)** w zależności od realnych potrzeb Zamawiającego. Komunikaty będą tworzone w języku polskim.
- G. Poszczególne działania projektowe będzie promowane według określonej koncepcji graficznej, przekazanej Zamawiającemu wraz z pierwszą strategią tematów do komunikacji. Wykonawca przygotuje projekty graficzne którymi będzie się posługiwał w trakcie trwania umowy. Projekty graficzne przygotowane przez Wykonawcę będą obejmować i określać procesy, tj. m.in.: otwarcie/zamknięcie naboru do projektu, publikacja wyników, organizacja webinarów, warsztatów i innych etapów projektu związanych z jego częścią realizacyjną. Koncepcja graficzna powinna nawiązywać do identyfikacji wizualnej stosowanej przez Zamawiającego w komunikacji w mediach społecznościowych, ale jednocześnie powinna wyróżniać projekt na tle innych działań i komunikatów Zamawiającego.
- H. Zadaniem Wykonawcy będzie opracowywanie graficznie i przygotowanie plików graficznych przeznaczonych do publikacji w mediach społecznościowych Zamawiającego, **m.in. bannerów, infografik, innych materiałów** zleconych przez Zamawiającego, zgodnie z OPZ. Projektowane materiały powinny zostać każdorazowo przygotowane w oparciu o współpracę z Zamawiającym oraz nawiązywać do charakterystyki etapu realizacji projektu Polskie Mosty Technologiczne, a zarazem być ciekawe i atrakcyjne wizualnie. Projekty powinny być przystępne i łatwe w odbiorze. W ramach projektowania należy uwzględnić specyfikę odbiorców docelowych materiałów. Wykonawca będzie przedstawiał projekty graficzne wraz z miesięczną strategią tematów do komunikacji.
- I. Zamawiający zastrzega sobie prawo do wykorzystania tworzonych materiałów graficznych w innych kanałach komunikacji niż tylko jego media społecznościowe, w trakcie oraz po terminie realizacji umowy, w szczególności na jego stronie internetowej oraz w kontaktach z mediami i przedsiębiorcami.
- J. Wykonawca zapewni Zamawiającemu pełen bieżący dostęp do bibliotek przygotowanych przez niego materiałów (graficznych, video i audio) wypracowanych na potrzeby Zamawiającego, które będą uzupełniane w trakcie realizacji przedmiotu zamówienia. Wykorzystane w ramach zamówienia materiały zostaną przekazane Zamawiającemu również zbiorczo na koniec realizacji zamówienia.
- K. Podstawą rozliczenia danej usługi będzie obustronnie podpisany protokół zdawczo-odbiorczy. Wzór protokołu będzie stanowił załącznik do umowy. Obustronnie podpisany protokół zdawczo-odbiorczy będzie podstawą do wystawienia przez Wykonawcę faktury.

3. Przygotowanie informacji prasowych wraz z ich dystrybucją oraz follow up

- A. W ramach realizacji Zamówienia Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowanie oraz dystrybucję informacji prasowych dotyczących projektu, w okresie trwania umowy. Zamawiający szacuje, że będą to cztery informacje prasowe.
- B. Informacje prasowe przygotowywane będą na podstawie materiałów oraz wytycznych przekazywanych przez Zamawiającego. Intensywność zapotrzebowania na informacje prasowe będzie dostosowana do aktualnie prowadzonych działań – w tym uzależniona będzie od terminów



- ogłaszanych i prowadzonych naborów/ wydarzeń projektowych organizowanych i realizowanych przez Zamawiającego. Informacje prasowe dotyczyć będą przede wszystkim: ogłoszenia i startu naborów, wydarzeń projektowych, przedłużenia trwania naboru czy ogłoszenia wyników, itp.
- C. Wykonawca prześle każdorazowo projekt informacji prasowej do akceptacji Zamawiającego, zgodnie z Harmonogramem realizacji zamówienia. Projekt informacji prasowej w formie edytowalnej (word) zostanie przekazany Zamawiającemu za pośrednictwem korespondencji mailowej.
 - D. Wykonawca po ostatecznej akceptacji treści przez Zamawiającego zobowiązuje się do zrealizowania wysyłki do mediów w ustalonym przez Strony terminie (zgodnie z Harmonogramem realizacji zamówienia).
 - E. Wykonawca będzie zobowiązany do wysyłki informacji prasowych i komunikatów do mediów (baza mediów – min. 50 rekordów, która jest własnością Wykonawcy – będzie dostosowana do treści poszczególnej informacji prasowej). Wykonawca będzie zobowiązany posiadać bazę mediów w podziale, m.in. na media regionalne i ogólnopolskie, branżowe, ogólnoinformacyjne). Zamawiający ma prawo wglądu do baz wykorzystywanych przez Wykonawcę do prowadzonych wysyłek. Zamawiający ma prawo do zgłaszania uwag i poprawek do przedstawionej przez Wykonawcę listy mediów.
 - F. Każdorazowo Wykonawca zobowiązany jest do wykonania, tzw. follow up'u po informacji prasowej, czyli zbadania zainteresowania daną informacją prasową. Wykonawca zobowiązany jest do monitorowania, gdzie ukazały się przekazane mediom informacje oraz sprawdzenia telefonicznie/mailowo czy informacja dotarła do danej redakcji. Wykonawca gwarantuje, że w wyniku przeprowadzonych działań tj. wysyłka i follow up, w mediach ukaze się minimum 10 publikacji każdej z informacji prasowych.
 - G. Po wysyłce każdej informacji prasowej Wykonawca prześle Zamawiającemu raport z wysyłki i follow up, zgodnie z Harmonogramem realizacji zamówienia. Raport zawierać będzie przede wszystkim informacje o publikacjach informacji prasowej, w tym przede wszystkim tytułach, w których dany materiał się ukazał, oraz skuteczności follow up.
 - H. Podstawą do rozliczenia każdej usługi przygotowania informacji prasowych będzie obustronnie podpisany protokół zdawczo-odbiorczy. Wzór protokołu będzie stanowił załącznik do umowy. Obustronnie podpisany protokół zdawczo-odbiorczy będzie podstawą do wystawienia przez Wykonawcę faktury.

4. Przygotowanie spotów reklamowych w formie audio-video:

- A. Wykonawca przygotuje spoty reklamowe w języku polskim jako narzędzie do wykorzystania w kanałach Zamawiającego. Spoty będą zawierały materiał informacyjno-promocyjny o charakterze reklamowym, prezentujący korzyści płynące z uczestnictwa w projekcie.
- B. Do zadań Wykonawcy należeć będzie opracowanie koncepcji każdego spotu reklamowego, a po akceptacji przez Zamawiającego wykonanie spotów.
- C. Wykonawca przygotuje **dwa spoty reklamowe**, zgodnie z Harmonogramem realizacji zamówienia.
- D. Wszelkie koszty związane z zakupem ewentualnych grafik, materiałów video oraz utworów muzycznych wykorzystanych/użytych do produkcji spotu i/lub ścieżki dźwiękowej (uzyskanie licencji na ich wykorzystanie), lub innych niezbędnych do montażu filmu ponosi Wykonawca.
- E. Całkowita długość każdego ze spotów wyniesie 30 sekund.
- F. W spocie/filmie zostaną wykorzystane specjalnie do tego celu przygotowane przez Wykonawcę elementy, np. grafiki, ikonografiki, zdjęcia. Wykonawca zobowiązany będzie do bieżącego przekazania wszystkich plików źródłowych (w formie plików otwartych) Zamawiającemu oraz do przeniesienia na Zamawiającego praw autorskich.
- G. Efektem końcowym będzie udźwiękowiony film, zgodny z minimalnymi wymaganiami technicznymi:
 - a) Ogólne:
 - 1) brak usterek obrazu i dźwięku,



- 2) prawidłowa synchronizacja obrazu i dźwięku – opóźnienie/wyprzedzenie fonii względem sygnału wizji nie powinno przekraczać wartości -20/+40 ms.,
 - 3) Full HD 1920x1080 25p,
 - 4) kontener MP4.
- b) Obraz:
- 1) kodek H.264 High Profile,
 - 2) współczynnik proporcji piksela: 1.0,
 - 3) szybkość transmisji obrazu: minimum 5 Mb/s dla rozdzielczości Full HD,
 - 4) częstotliwość 25 FPS,
 - 5) skanowanie progresywne.
- c) Dźwięk:
- 1) kodek AAC,
 - 2) dźwięk stereo,
 - 3) częstotliwości próbkowania: minimum 48 kHz,
 - 4) poziom referencyjny dźwięku: -18dBFS, zrównoważony dla całego materiału.
- H. Przygotowany przez Wykonawcę spot winien być, przede wszystkim, możliwy do opublikowania na portalach społecznościowych Zamawiającego, tj. Facebook, LinkedIn, Youtube, a także w serwisach internetowych PAIH S.A.
- I. Zamawiający dopuszcza propozycje nowatorskich koncepcji realizacji spotu.
- J. Wykonawca będzie współpracował z Zamawiającym w zakresie przygotowania czytelnej, spójnej i zrozumiałej dla odbiorcy treści tekstu lektora.
- K. Wykonawca opracuje dokument zawierający koncepcję spotu, która będzie zawierała:
- a) scenariusz spotu
 - b) proponowany tekst lektorski całości materiału;
 - c) animowane elementy graficzne występujące w filmie (co najmniej czołówka, tytułówka, belki informacyjne, dynamiczne przejścia, itp.);
 - d) podkład muzyczny na licencji (dynamiczna muzyka w tle);
 - e) propozycje wykorzystanych ujęć stockowych.
- L. Podstawą odbioru spotu będzie obustronnie podpisany protokół zdawczo-odbiorczy. Wzór protokołu będzie stanowił załącznik do umowy. Obustronnie podpisany protokół zdawczo-odbiorczy będzie podstawą do wystawienia przez Wykonawcę faktury.
- M. Spot zostanie przekazany w formie elektronicznej (link do strony internetowej, na której zaimplementowany jest film lub/i w postaci materiału do pobrania udostępnionego za pośrednictwem usługi typu Wetransfer/OneDrive lub innej).
- N. Zamawiający zakłada możliwość późniejszej edycji materiałów we własnym zakresie.
- 5. Przygotowanie spotów radiowych wraz z ich dystrybucją:**
- A. W ramach zamówienia Wykonawca przygotowuje i wyemituje w 1 ogólnokrajowej stacji radiowej **2 (dwa) spoty radiowe** dotyczące realizowanego projektu Polskie Mosty Technologiczne.
- B. Zamawiający zorganizuje spotkanie z Wykonawcą, podczas którego zostaną przekazane Wytyczne realizacji zamówienia. Na spotkaniu zostanie ustalona ogólnopolska stacja radiowa, w której spoty zostaną wyemitowane.
- C. Realizacja poszczególnych elementów dotyczących spotów radiowych będzie przebiegała zgodnie z Harmonogramem realizacji zamówienia.
- D. W ramach produkcji spotów Wykonawca zobowiązuje się do przedstawienia do wyboru Zamawiającego minimum 2 próbki głosów lektorów i minimum 5 podkładów muzycznych (za wszystkie kwestie dotyczące uregulowania praw autorskich dotyczących ww. produkcji zgodnie z umową odpowiada Wykonawca).
- E. Wykonawca zapewni emisję wyprodukowanych spotów radiowych (raz dziennie przez 3 dni w tygodniu), zgodnie z Harmonogramem realizacji zamówienia.



- F. Preferowane godziny emisji radiowych spotów informacyjno-promocyjnych: w dni robocze w godzinach od 7:00 do 19:00.
- G. Spoty mają na celu promowanie projektu Polskie Mosty Technologiczne i rozpowszechnienie informacji o korzyściach wynikających z uczestnictwa w Projekcie.
- H. Spoty powinny być przygotowane w sposób atrakcyjny i zrozumiały dla odbiorcy oraz wskazywać na cele, korzyści oraz możliwości wsparcia w ramach Projektu Polskie Mosty Technologiczne.
- I. Spoty muszą być wyprodukowane w języku polskim. Długość jednego spotu winna wynosić od 25 do 30 sekund.
- J. Wykonawca sporządzi raport, zgodnie z Harmonogramem realizacji zamówienia, po realizacji kampanii radiowej, zawierający wskaźniki dotarcia kampanii.
- K. Podstawą odbioru każdego ze spotów radiowych będzie obustronnie podpisany protokół zdawczo-odbiorczy. Wzór protokołu będzie stanowił załącznik do umowy. Obustronnie podpisany protokół zdawczo-odbiorczy będzie podstawą do wystawienia przez Wykonawcę faktury.
- L. Do zadań Wykonawcy należy również negocjowanie cen i zakup czasu antenowego w stacji radiowej, w szczególności pomiędzy programami/pasmami programowymi o tematyce, np. gospodarczej lub zbieżnej z działaniami Zamawiającego. Wszystkie koszty związane z produkcją spotu oraz zakupem czasu antenowego leżą po stronie Wykonawcy.

IV. Zasady współpracy – zapisy końcowe:

- A. Wykonawca jest zobowiązany przedłożyć do akceptacji Zamawiającego wszelkie materiały będące przedmiotem zamówienia. Akceptacja Zamawiającego jest niezbędnym warunkiem publikacji materiałów.
- B. Wszystkie materiały graficzne i audiowizualne opracowywane przez Wykonawcę na potrzeby kampanii muszą spełniać standardy i wytyczne mediów, w których mają być publikowane.
- C. W przypadku wytworzenia utworu Wykonawca każdorazowo przeniesie na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe, w momencie przekazania Zamawiającemu ostatecznej wersji przedmiotu zamówienia.
- D. Wszystkie materiały użyte przez Wykonawcę na potrzeby realizacji zamówienia, np. elementy składowe grafik, zdjęcia oraz video zakupione z banków zdjęć czy podkłady muzyczne muszą mieć możliwość użycia przez Zamawiającego w trakcie, jak i po zakończeniu realizacji umowy. Do Wykonawcy należy pokrycie kosztów zakupu tych materiałów (z uwzględnieniem kosztów licencji/przeniesienia własności praw autorskich na Zamawiającego).
- E. Wykonawca wyraża zgodę, aby przedmiot zamówienia tworzony w ramach usługi był wykorzystywany przez Zamawiającego w ramach innych działań informacyjno-promocyjnych.