

Załącznik nr 1**MCPS-PSP/AM/351-48/2022-TP/U/S****Opis przedmiotu zamówienia****1. Przedmiot zamówienia**

Przedmiotem zamówienia jest usługa:

1. Opracowania i przeprowadzenia kampanii społeczno-edukacyjnej skierowanej do dzieci i młodzieży oraz osób dorosłych, w tym m.in. uczniów, nauczycieli, uczestników i pracowników świetlic socjoterapeutycznych/świetlic środowiskowych z obszarów gminnych z terenu województwa mazowieckiego, w celu poszerzenia wiedzy i przeciwdziałania przemocy rówieśniczej.
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

Podniesienie poziomu wiedzy i świadomości społeczeństwa na temat zjawiska przemocy rówieśniczej i jej przeciwdziałanie. Celem przedsięwzięcia jest zwrócenie uwagi na różne oblicza przemocy rówieśniczej. Odbiorcy kampanii dowiedzą się m.in.: jak radzić sobie z przemocą i gdzie szukać pomocy.

3. Termin

Wykonawca zobowiązany jest do zrealizowania przedmiotu umowy w okresie nie później niż do 30 października 2022 r., przy założeniu czasu trwania kampanii min. 2 miesiące.

4. 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 do szkół, świetlic socjoterapeutycznych/świetlic środowiskowych.
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 jeden film/nagranie/podcast w ramach kampanii.
 - a) Wykonawca w filmie/nagranie/podcaście poruszy tematykę przemocy rówieśniczej- zaproponuje co najmniej 2 osoby znane ze środowiska social-mediów w środowisku dzieci i młodzieży (influencerów, youtuberów, tiktokerów), które opowiedzą o doświadczeniach związanych z przemocą rówieśniczą. Nagranie powinno zawierać podsumowanie i możliwe do wdrożenia rozwiązania poruszanych problemów/formy możliwej pomocy, ale przede wszystkim jasny komunikat, że przemoc jest nieakceptowalna i należy ją zgłaszać. 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) Do nagrania zostanie opracowane 25-30 s. streszczenie do zamieszczenia pod banerami promującymi kampanię- do wykorzystania na etapie wcześniejszej promocji kampanii, na facebooku i stronie internetowej zamawiającego, stronach internetowych szkół, świetlic socjoterapeutycznych/środowiskowych.
 - c) Film powinien zostać przygotowany 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 szkołami oraz świetlicami socjoterapeutycznymi/środowiskowymi z województwa mazowieckiego oraz z gminami z województwa mazowieckiego w celu upowszechnienia kampanii.
6. Spot informacyjny powinien zawierać dodatkową wersję 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

Wykonawca nawiąże współpracę i zaangażuje do udziału w kampanii co najmniej 400 szkół (szkoły podstawowe i ponadpodstawowe) oraz 100 świetlic socjoterapeutycznych/środowiskowych z terenu województwa mazowieckiego. Przez nawiązanie współpracy należy rozumieć przekazanie szkołom/świetlicom socjoterapeutycznym/środowiskowym przez Wykonawcę pakietu materiałów promocyjnych w celu przeprowadzenia kampanii lokalnych. Wykonawca nawiąże współpracę z wykwalifikowaną kadrą z dziedziny przemocy i przeciwdziałania przemocy w celach realizacji i przygotowania materiału.

5. Wymagania odnośnie Wykonawcy

Wykonawca powinien posiadać doświadczenie w realizacji kampanii społecznej o charakterze edukacyjno-informacyjnym, tzn. w ciągu ostatnich 3 lat powinien opracować i przeprowadzić minimum 2 kampanie, których elementem był film/nagranie/podcast.

6. 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 telefoniczną poprzez wezwanie do podpisania protokołu odbioru pracy.
5. Wykonawca zobowiązuje się do przekazania całości praw autorskich do emisji ww. gotowych spotów informacyjnych, na wszystkich polach eksploatacji na rzecz Zamawiającego.