

Załącznik nr 1

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie działań informacyjno-promocyjnych w ramach projektu: Hereditas. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

Działania określone powyżej będą obejmować:

- wsparcie płatnej promocji w wybranych mediach społecznościowych MNW
 - produkcję wideo i dystrybucję spotu
 - projekty graficzne (kampania banerowa)
 - zakup mediów, w tym reklamy w prasie branżowej i na portalach internetowych
 - współpracę z bankami zdjęć i ew. influencerami
-
- Wszystkie czynności związane z planowaniem, przygotowaniem i egzekucją działań, Wykonawca będzie realizował w porozumieniu, za akceptacją i wg wytycznych Zamawiającego;
 - Działania będą realizowane zgodnie z Harmonogramem promocji określonym w niniejszym OPZ;
 - Wszystkie projekty oraz poszczególne etapy produkcji wideo muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego; Zamówienie przewiduje 3 rundy korekt. Za poprawki nie uznaje się oczywistych błędów w realizacji ww. wymogów;
 - Wszelkie zmiany w założeniach projektu muszą być potwierdzane drogą pisemną obustronnie (mailowo) przy czym każda ze Stron (Wykonawca i Zamawiający) jest zobowiązana potwierdzać zwrotnie odbiór wiadomości oraz akceptację zmiany;
 - Wszystkie zamówienia będą wymagały pisemnego potwierdzenia Zamawiającego w formie protokołu odbioru;
 - Wszystkie działania związane z zakupem mediów zostaną potwierdzone stosowną dokumentacją fotograficzną lub dokumentacją w postaci zrzutów ekranu, preferowane raporty dostarczone przez mediodawców.

Realizacja przedmiotu zamówienia obejmująca projekty graficzne i produkcję wideo musi być zgodna z zasadami/wytycznymi określonymi w szczególności w wymienionych niżej dokumentach:

Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020 w zakresie informacji i promocji:

<https://www.gov.pl/web/cppc/dokumenty-do-pobrania>

<https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/dokumenty/podrecznik-wnioskodawcy-i-beneficjenta-programow-polityki-spojnosci-2014-2020-w-zakresie-informacji-i-promocji-dla-umow-podpisanych-od-1-stycznia-2018-r/>

Księga identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020:

Dotyczy projektu pn. „Hereditas. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/49391/Ksiega_Identyfikacji_Wizualnej_2014-2020_2017.pdf

Księga identyfikacji wizualnej znaku Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego (projekt współfinansowany z Funduszy Europejskich i MKiDN):
<https://www.gov.pl/web/kultura/logotypy>

Zasady promocji i oznakowania projektów:

<https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/promocja/zasady-promocji-i-oznakowania-projektow-1/zasady-promocji-i-oznakowania-projektow-wersja-aktualna-od-1-stycznia-2018-roku/>

Podręcznik identyfikacji wizualnej Muzeum Narodowego w Warszawie:
<http://www.mnw.art.pl/o-muzeum/materialy-do-pobrania/>

Przedmiot zamówienia został podzielony na części. Wykonawca może przedstawić ofertę na jedną, kilka lub wszystkie części zamówienia.

Część 1: Wsparcie w zakresie płatnej promocji w mediach społecznościowych

Wsparcie w zakresie płatnej promocji spotów wideo opisanych szerzej w części 4 przedmiotu zamówienia w mediach społecznościowych - na profilach MNW na [FB](#), [IG](#) i na [YT](#) z podziałem na dedykowane grupy odbiorców: 1) środowisko akademickie, dydaktycy, naukowcy; 2) uczniowie; studenci 3) miłośnicy sztuki; 4) pracownicy sektora kreatywnego.

Przedmiotem tej części zamówienia jest obsługa postów sponsorowanych/materiałów promowanych w wymienionych kanałach social media MNW.
Kampania w mediach społecznościowych zostanie przeprowadzona w drugim kwartale 2023 roku.

Media społecznościowe MNW – prognozowana liczba obserwujących do końca 2022 r.

Facebook: 120 000

Instagram: 70 000

TikTok: 50 000

YouTube: 8 000

LinkedIn: 2 000

Twitter: 20 000

Spotify: 3 000

Część 2: Reklama w Internecie

Ta część zamówienia uwzględnia:

- przygotowanie kreacji i przeprowadzenie odsłonowej kampanii banerowej na portalach branżowych; minimalna liczba odsłon: 1,5 mln.

Przykładowe portale: interaktywnie.com, nowymarketing.pl, muzealnictwo.com

Dotyczy projektu pn. „Hereditas. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

- przeprowadzenie kampanii Audience Targeting – reklama profilowana pod konkretne grupy odbiorców w serwisach społecznościowych Facebook i Instagram oraz na zasadzie linków Adwords, wyświetlana osobom o profilu zainteresowań „Kultura i sztuka”,
Kreacje graficzne do przygotowania wraz z weryfikacją ich czytelności po publikacji w docelowym kontekście (obowiązkowy zestaw logotypów – formaty, które będą realizowane, muszą być tak dobrane, by znaki towarowe zachowały minimalną wielkość).
Minimalna liczba kreacji: 2.

Część 3. Wykupienie modułów reklamowych w prasie branżowej (związanej z tematyką muzealnictwa), w tytułach takich jak „Spotkania z zabytkami”, „Mówią wieki”, „Focus Historia”, „Newsweek Historia”.

Kreacje do przygotowania wraz z weryfikacją ich czytelności po publikacji w docelowym kontekście (obowiązkowy zestaw logotypów – formaty, które będą realizowane, muszą być tak dobrane, by znaki towarowe zachowały minimalną wielkość).

Minimalna liczba kreacji / modułów reklamowych: 3.

Część 4. Produkcja wideo

Realizacja materiałów filmowych o charakterze promocyjno-informacyjnym mających na celu zachęcenie do poznawania zbiorów cyfrowych MNW udostępnionych w ramach serwisu [Cyfrowe MNW](#), wraz z przeniesieniem autorskich praw majątkowych do dzieła oraz prawa zezwalania na wykonywanie praw zależnych do dzieła, a także udzielenia zgody na wyłączne wykonywanie praw zależnych do dzieła, w tym:

1) Realizacja spotu promocyjnego w technice wideo i/lub animacji komputerowej, odwołującego się do highlightów kolekcji MNW (wskazanych przez Muzeum i omówionych z Wykonawcą), z muzyką, lektorem i udźwiękowieniem, o docelowej długości od 1 do 2 min. wraz ze skrótem do 15 sek. przygotowanym zgodnie ze specyfikacją rozpisaną w części 5. (dystrybucja spotu wideo), w formie lekkiej, dowcipnej i atrakcyjnej wizualnie, na podstawie scenariusza wypracowanego wspólnie z MNW na bazie listy najważniejszych dzieł i związanych z nimi ciekawostek, z których ułożona byłaby narracja i z których wywodziłby się pomysły na poszczególne elementy animacji, w oparciu o niniejsze referencje:

Rijks Museum (przede wszystkim w aspekcie treści – to rodzaj narracji i przesłanie, które chcielibyśmy przekazać również naszej grupie docelowej):

<https://www.youtube.com/watch?v=IX5PYEkFr8o>

Rijks Museum (w aspekcie formalno-estetycznym, estetyka przywodząca na myśl filmy Monty Pythona również mogłaby być punktem wyjścia:)

<https://www.youtube.com/watch?v=ZlCQQUD30s4>

Museum of Modern Art (w aspekcie formalno-estetycznym, lekka, popularno-naukowa narracja):

<https://www.youtube.com/watch?v=NICodKeadp0>

Dotyczy projektu pn. „Hereditas. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

2) **Realizacja filmu dokumentalnego nt. digitalizacji zabytków w Muzeum Narodowym w Warszawie**, z udziałem ekspertów zaangażowanych w proces po stronie MNW, z muzyką, być może także lektorem, o docelowej długości od 3-5 min., w formie atrakcyjnej wizualnie, z uwzględnieniem wybranych lokalizacji, w których digitalizowane są zabytki ze zbiorów MNW, na podstawie scenariusza wypracowanego wspólnie z Muzeum na bazie ciekawostek o dziełach, w oparciu o niniejsze referencje:

Muzeum Narodowe w Warszawie (w sensie narracyjnym i estetycznym, bo w założeniu film dokumentalny o digitalizacji powinien być znacznie krótszy)
<https://www.youtube.com/watch?v=aaO4IFH0woM>

Wszystkie realizacje - zarówno spot promocyjny odnoszący się do całego portalu, jak i film dokumentalny opowiadający o procesie digitalizacji - powinny mieć wspólną identyfikację graficzną, a w przypadku dłuższych form być może także intro i outro, by mogły funkcjonować jako całość.

Proszę o przygotowanie wyceny widelkowej z podziałem na kwoty odpowiadające kosztom realizacji opisanej w punkcie 1. i w punkcie 2.

Część 5. Dystrybucja spotu wideo

Na tę część zamówienia składać się będą:

1) kampania na ekranach LCD w pociągach (PKP Intercity)

Emisja materiału reklamowego - na ekranach zamieszczonych w pociągach PKP IC typu EIP – Pendolino, wg specyfikacji technicznej:

- a) rozdzielczość: 1680x944,
- b) w formacie mp4 lub avi (preferowane pliki mp4), dźwięk: brak.
- c) długość spotu: 15 sekund,
- d) liczba wyświetleń: min. 4/godzinę (średnio 12/trasę)
- e) liczba ekranów w 1 pociągu: 62 szt.,
- f) liczba pociągów: min 16 pociągów/1 dzień
- g) liczba kampanii do wykorzystania w ramach umowy: 4
- h) liczba dni emisji na 1 kampanię: 15 dni

Start kampanii nastąpi nie później niż w lipcu 2023 roku. Zależnie od możliwości oferowanych przez operatora nośników, kampania pojawi się na nośnikach nie później niż w lipcu 2023 roku, potrwa co najmniej 15 dni i zakończy się przed 31 lipca 2023 roku.

2) Dystrybucja spotu wideo: kina studyjne

Ogólnopolska kampania w kinach studyjnych, czas trwania kampanii co najmniej 7 dni, ilość emisji zapewniająca odbiór 60-sekundowego spotu przez co najmniej 60 tys. widzów. Zamówienie uwzględnia także przygotowanie paczki DCP jeżeli operator będzie tego wymagał.

Emisja kampanii rozpocznie się II kwartale 2023 roku i potrwa co najmniej 7 dni, do momentu realizacji widowni.

Dotyczy projektu pn. „Hereditas. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.

Część 6. Dystrybucja zbiorów MNW w bankach zdjęć i współpraca z influencerami

Celem tej części zamówienia jest zbudowanie świadomości marki Cyfrowego MNW wśród użytkowników internetu z grupy docelowej określonej jako pracownicy sektora kreatywnego. Wykonawca przekaze wybranym wspólnie z Zamawiającym bezpłatnym bankom zdjęć pewien zasób wizerunków cyfrowych do bezpłatnego wykorzystania przez ich użytkowników (10-20 plików) – tak, by czuli się zachęcani, by wracać po więcej do źródła, tj. serwisu Cyfrowego MNW.

Przykładowe bezpłatne banki zdjęć: <https://www.pexels.com/pl-pl/>, <https://pixabay.com>

Dodatkowo Wykonawca nawiąże współpracę z wybranymi wspólnie z Zamawiającym influencerami / vlogerami / autorami tekstów o tematyce marketingowej w celu przekazania grupom docelowym prowadzonych przez nich kanałów informacji o możliwościach oferowanych przez Cyfrowe MNW.

Przykładowe kanały YT i blogi poświęcone (m.in.) nowoczesnym narzędziom marketingowym: <https://klosinski.net/>, <https://hatajska.com/>

Przewidywany termin wykonania usługi to pierwsze dwa kwartały 2023 roku.

Dopuszcza się możliwość przesunięcia terminu realizacji usługi wymienionego w niniejszym pytaniu o szacunek w przypadku zmiany harmonogramu realizacji projektu.

Dotyczy projektu pn. „Hereditas. Digitalizacja i udostępnianie zbiorów Muzeum Narodowego w Warszawie” realizowanego z dofinansowaniem z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa w ramach działania 2.3 „Cyfrowa dostępność i użyteczność informacji sektora publicznego”, poddziałanie 2.3.2 „Cyfrowe udostępnienie zasobów kultury”.