

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA – załącznik nr 1 do SIWZ

Przedmiotem zamówienia jest: **Przeprowadzenie działań informacyjno-promocyjnych w ramach projekt pn. „Otwarte Narodowe. 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 obejmować będą:

1. Produkcję poligraficzną i produkcję video;
 2. Zakup mediów, w tym Internet.
- Wszystkie czynności związane z przygotowaniem, planowaniem 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 video muszą zostać zaakceptowane przez Zamawiającego. Zamówienie uwzględnia trzy rundy korekt. Za poprawki nie uznaje się oczywistych błędów w realizacji ww. wymogów.
 - Wszelkie zmiany w założeniach projektu będą potwierdzane obustronnie mailowo, przy czym każda ze stron (Wykonawca i Zamawiający) zobowiązana jest potwierdzać zwrotnie odbiór wiadomości oraz akceptację zmiany.
 - Wszystkie zamówienia będą wymagały pisemnego potwierdzenia przez Zamawiającego w formie protokołu odbioru.
 - Wszystkie działania związane z zakupem mediów zostaną potwierdzone stosowną dokumentacją fotograficzną lub w formie printscreen-ów; preferowane raporty przygotowane przez mediodawców.

Realizacja przedmiotu zamówienia obejmująca zaprojektowanie i produkcję musi być zgodna z zasadami/wytycznymi, określonymi w szczególności w następujących dokumentach:

- Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji;
https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/49353/Podrecznik_wnioskodawcy_i_beneficjenta_210717.pdf
- Księga Identyfikacji Wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020;
https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/49391/Ksiega_Identyfikacji_Wizualnej_2014-2020_2017.pdf
- Zasady promocji i oznakowania projektów;

Dotyczy projektu pn. „Otwarte Narodowe. 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”.

<http://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/>

- Identyfikacja wizualna Muzeum Narodowego w Warszawie;
http://www.mnw.art.pl/download/gfx/muzeumnarodowe/pl/defaultstronaopisowa/439/2/1/mnw_ci_manual.pdf

Przedmiot zamówienia został podzielony na części. Wykonawca może złożyć ofertę na jedno, kilka lub wszystkie części przedmiotu zamówienia.

Część 1. Internetowa kampania promocyjna

- 1.1.** Kampania odsłonowa na serwisach fakty, film i muzyka oraz kampania Audience Targeting wyświetlana osobom o profilu zainteresowań Kultura i Sztuka; łączna ilość odsłon: co najmniej 1,5 mln;
- 1.2.** Kampania zostanie przeprowadzona z wykorzystaniem materiałów graficznych przekazanych przez Zamawiającego (banery, 3 formaty);
- 1.3.** Emisja kampanii rozpocznie się w październiku 2020 r. Zależnie od możliwości oferowanych przez właścicieli nośników, kampania zacznie być emitowana nie później niż w pierwszych 7 dniach roboczych października 2020 r. i potrwa 30 dni kalendarzowych.

Część 2. Druk ulotki

- 2.1** 500 ulotek informacyjnych przygotowanych na podstawie materiałów graficznych przekazanych przez Zamawiającego, ulotka A4 falcowana do 99x210, 4+4, papier G-Print min. 150 g/m²; korekta tekstu po stronie Zamawiającego; zamówienie obejmuje wykonanie i akceptację proofa kolorystycznego;
- 2.2** Dostawa do siedziby Zamawiającego, nie później niż w pierwszych 3 dniach roboczych października 2020 r.

Część 3. Spoty promocyjne

- 3.1.** Wykonanie trzech spotów video w technice animacji komputerowej (60 sekund każdy), mających na celu zaznajomienie społeczeństwa z powstałym w ramach Projektu nowym serwisem internetowym Muzeum, w tym dwa spoty z muzyką, lektorem i udźwiękowieniem;
- 3.2.** Spoty muszą ukazywać zarówno efekty, jak i drogę powstawania nowego serwisu internetowego Muzeum, zachęcając do poznawania zbiorów cyfrowych Muzeum. Ponadto spoty muszą odwoływać się do obiektów kolekcji Muzeum oraz dokumentacji Projektu;
- 3.3.** Przygotowanie scenariuszy w oparciu o wytyczne Zamawiającego. Spoty muszą uwzględniać identyfikację wizualną Zamawiającego oraz w sposób czytelny komunikować grupie docelowej (studenci i osoby uczące się, nauczyciele i instruktorzy,

Dotyczy projektu pn. „Otwarte Narodowe. 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”.

pasjonaci kultury i sztuki, seniorzy, organizacje pozarządowe, samorządy i kreatywne sektory przemysłu) najważniejsze wartości Projektu;

- 3.4. Zapewnienie do dwóch spotów ścieżki dźwiękowej zaakceptowanej przez Zamawiającego;
- 3.5. Wykonawca dostarczy Zamawiającemu oświadczenie o nabyciu praw do wykorzystania fragmentów muzycznych do produkcji spotów będących przedmiotem niniejszego zamówienia;
- 3.6. Briefing dotyczący realizacji spotów nastąpi pomiędzy 5. a 6. tygodniem licząc od dnia podpisania Umowy z Wykonawcą. Przedstawienie scenariuszy spotów nastąpi w 9. tygodniu licząc od dnia podpisania Umowy. Jeżeli zajdzie taka konieczność Zamawiający przekaze 1. turę uwag do scenariuszy w tygodniu 10. W tygodniu 11. od podpisania Umowy Wykonawca przedstawi storyboardy. Jeżeli zajdzie taka konieczność Zamawiający przekaze uwagi do storyboardów w tygodniu 12. od podpisania Umowy. Storyboardy zostaną zaakceptowane w 13. tygodniu od podpisania Umowy. Produkcja i postprodukcja nastąpią pomiędzy 14. a 17. tygodniem. Gotowe wersje spotów zostaną przedstawione Zamawiającemu najpóźniej w 18. tygodniu od podpisania umowy. Pliki emisyjne we wszystkich koniecznych do emisji specyfikacjach zostaną przekazane Zamawiającemu w ciągu 5 dni roboczych od przedstawienia Zamawiającemu gotowych wersji spotów.

Część 4. Dystrybucja spotu video / PKP Pendolino

- 4.1. Kampania na ekranach LCD w pociągach Pendolino; spot 15 sekund; czas trwania kampanii 14 dni; ilość emisji w godzinie: co najmniej 4, minimalna liczba nośników 300;
- 4.2. Emisja kampanii nastąpi w październiku 2020 r. Zależnie od możliwości oferowanych przez operatora nośników, kampania pojawi się na nośnikach nie później niż w październiku 2020 r. i potrwa co najmniej 14 dni.

Część 5. Dystrybucja spotu video / Kina studyjne

- 5.1. Ogólnopolska kampania w kinach studyjnych, czas trwania kampanii co najmniej 7 dni, ilość emisji zapewniająca odbiór 60 sekundowego spotu promocyjnego przez co najmniej 60 tys. widzów. Ta część zamówienia uwzględnia przygotowanie paczki DCP;
- 5.2. Emisja kampanii rozpocznie się i skończy w październiku 2020 r. Zależnie od możliwości oferowanych przez operatorów nośników, kampania pojawi się na nośnikach nie później niż w pierwszych 7 dniach roboczych października 2020 r. i potrwa co najmniej 7 dni, do momentu realizacji widowni.

Dotyczy projektu pn. „Otwarte Narodowe. 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”.

Harmonogram promocji

Nazwa usługi	Nr poz. w OPZ	Termin realizacji
Internetowa kampania promocyjna	1	od dnia zawarcia umowy do 7 listopada 2020 r.
Druk ulotki	2	od dnia zawarcia umowy do 5 października 2020 r., z tym, że maksymalnie w terminie 14 dni od momentu przekazania plików produkcyjnych
Spoty promocyjne	3	od dnia zawarcia umowy do 18 września 2020 r.
Dystrybucja spotu video / PKP Pendolino	4	od dnia zawarcia umowy do 17 listopada 2020 r.
Dystrybucja spotu video / Kina studyjne	5	od dnia zawarcia umowy do 30 października 2020 r.

Dotyczy projektu pn. „Otwarte Narodowe. 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”.