

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA – załącznik nr 1 do SIWZ

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dla projektu „Rearanżacja stałej ekspozycji Galerii Sztuki Starożytnej Muzeum Narodowego w Warszawie” współfinansowanego w ramach działania 8.1 VIII Osi Priorytetowej Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury PROGRAMU OPERACYJNEGO INFRASTRUKTURA I ŚRODOWISKO 2014–2020.

Działania określone powyżej obejmować będą:

1. Produkcję poligraficzną i produkcję materiałów trwałych, produkcję video i radio;
 2. Zakup mediów, w tym outdoor, prasa, radio, 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.
 - Wszelkie zmiany w założeniach projektu będą potwierdzane obustronnie mailowo, przy czym każda ze stron (Wykonawca i Zamawiający) zobowiązana jest potwierdzać zwrotnie odbiór wiadomości.
 - Wszystkie określone przedmiotem zamówienia działania 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. W wypadku kampanii radiowej potwierdzeniem będzie plan emisji.

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

- Strategii komunikacji Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko na lata 2014-2020; https://www.pois.gov.pl/media/5870/SK_POliS_2014_2020_02072015.pdf
- Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020; [https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/5832/Strategia komunikacji PS 2014_2020_30_06_2015.pdf](https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/5832/Strategia_komunikacji_PS_2014_2020_30_06_2015.pdf)
- Księgi Identyfikacji Wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020; http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/31133/KIW_2014-2020Grudzien2016.pdf
- Podręcznika wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji; <http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/dokumenty/podrecznik-wnioskodawcy-i-beneficjenta-programow-polityki-spojnosci-2014-2020-w-zakresie-informacji-i-promocji/>
- Identyfikacji wizualnej Muzeum Narodowego w Warszawie; http://www.mnw.art.pl/download/gfx/muzeumnarodowe/pl/defaultstronaopisowa/439/2/1/mnw_ci_manual.pdf

Dotyczy projektu pn. „Rearanżacja stałej ekspozycji Galerii Sztuki Starożytnej Muzeum Narodowego w Warszawie” współfinansowanego ze środków w ramach Działania 8.1. Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury VIII oś priorytetowa Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 (POIiŚ).

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

Reklama – ekspozycja i emisja reklam na nośnikach outdoorowych

Część I

1. Reklama zewnętrzna – ekspozycja na 130 wiatrach przystankowych (nośnikach typu citylight) wraz z drukiem 130 plakatów reklamowych.

Wykonawca zapewnia:

- Ekspozycję w 6 polskich miastach: Warszawa – 45 nośników, Kraków – 20 nośników, Gdańsk/Gdynia – 15 nośników, Wrocław – 20 nośników, Katowice – 20 nośników, Poznań – 10 nośników.
- Termin ekspozycji: pierwsze dwa tygodnie grudnia 2020 r.
- Wydruk plakatów zgodnie z projektem graficznym Zamawiającego.
- Montaż na nośnikach typu citylight i demontaż plakatów po zakończeniu kampanii.
- Ekspozycję przez okres trwania kampanii na wskazanych nośnikach typu citylight w wiatrach przystankowych tramwajowych lub autobusowych w ścisłym centrum miast.

Część II

2. Reklama zewnętrzna – ekspozycja reklamy drukowanej na 12 nośnikach w Metrze Warszawskim wraz z drukiem

Wykonawca zapewnia:

- Ekspozycję 12 plakatów do nośników: Metro 6 CP lub CS + 6 wielkoformatowe MK (stacje: Centrum, Politechnika, Pl. Bankowy, Pl. Wilsona, Wierzbno)
- Termin ekspozycji: pierwsze dwa tygodnie grudnia 2020 r.
- Wydruk plakatów zgodnie z projektem graficznym Zamawiającego.
- Montaż na nośnikach typu CP lub CS + 6 wielkoformatowych MK i demontaż plakatów po zakończeniu kampanii.
- Ekspozycję przez okres trwania kampanii na wskazanych nośnikach typu CP lub CS + 6 wielkoformatowych MK w Metrze Warszawskim na stacjach: Centrum, Politechnika, Pl. Bankowy, Pl. Wilsona, Wierzbno.

Część III

Reklama zewnętrzna na dworcach oraz emisja spotu na ekranach w Metrze Świętokrzyska oraz na lotnisku Warszawa Modlin

3. Reklama zewnętrzna – ekspozycja plakatów reklamowych na 18 nośnikach na dworcach w 5 miastach w Polsce:

Wykonawca zapewnia:

Dotyczy projektu pn. „Rearanżacja stałej ekspozycji Galerii Sztuki Starożytnej Muzeum Narodowego w Warszawie” współfinansowanego ze środków w ramach Działania 8.1. Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury VIII oś priorytetowa Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 (POIiŚ).

- Ekspozycję 18 plakatów na nośnikach na dworcach w miastach: Dworzec Centralny w Warszawie – 6 nośników, Dworzec Łódź Fabryczna/Łódź Kaliska – 3 nośniki, Dworzec Kraków Główny – 3 nośniki, Dworzec Wrocław Główny – 3 nośniki, Dworzec Katowice Główny – 3 nośniki.
- Termin ekspozycji: pierwsze dwa tygodnie grudnia 2020 r.
- Wydruk plakatów zgodnie z projektem graficznym Zamawiającego.
- Montaż na nośnikach i demontaż plakatów po zakończeniu kampanii.
- Ekspozycję przez okres trwania kampanii na nośnikach we wskazanych lokalizacjach.

3.1 Reklama zewnętrzna – emisja spotu reklamowego na 3 ekranach multimedialnych w przejściu podziemnym Metro Świętokrzyska

Wykonawca zapewnia:

- Emisję spotu na 3 ekranach multimedialnych: w przejściu podziemnym Metro Świętokrzyska
- Termin ekspozycji: dwa ostatnie tygodnie listopada oraz pierwsze dwa tygodnie grudnia 2020 r.
- Emisję spotu zgodnie z projektem graficznym Zamawiającego.
- Emisję przez okres trwania kampanii na nośnikach we wskazanej lokalizacji.

3.2 Reklama zewnętrzna - ekspozycja reklamy drukowanej na lotnisku Warszawa-Modlin 4 nośniki CLP

Wykonawca zapewnia:

- Ekspozycję 9 plakatów na nośnikach na lotnisku Warszawa-Modlin (hala odbioru bagażu i hala przylotów)
- Termin ekspozycji: pierwsze dwa tygodnie grudnia 2020 r.
- Wydruk plakatów zgodnie z projektem graficznym Zamawiającego.
- Montaż na nośnikach i demontaż plakatów po zakończeniu kampanii.
- Ekspozycję przez okres trwania kampanii na nośnikach we wskazanej lokalizacji.

Część IV

4. Reklama zewnętrzna – emisja spotu reklamowego w wagonach Kolei Mazowieckich na trasach podmiejskich, podwarszawskich (monitory LCD/15 sek.; 127 pojazdów, ilość nośników: 1145, 1800000 emisji/w ciągu 30 dni)

Wykonawca zapewnia:

- Emisję spotu na monitorach LCD: długość spotów: 15 sek.; ilość jednostek: 127 pojazdów; ilość nośników: 1145, ilość emisji min.: 1 800 000 w ciągu 30 dni.
- Termin ekspozycji: dwa ostatnie tygodnie listopada oraz pierwsze dwa tygodnie grudnia 2020 r.
- Emisję spotu zgodnie z projektem graficznym Zamawiającego.
- Emisję przez okres trwania kampanii na nośnikach w 127 pojazdach na trasach podmiejskich, podwarszawskich.

Dotyczy projektu pn. „Rearanżacja stałej ekspozycji Galerii Sztuki Starożytnej Muzeum Narodowego w Warszawie” współfinansowanego ze środków w ramach Działania 8.1. Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury VIII oś priorytetowa Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 (POIiŚ).

Część V

5. Reklama zewnętrzna – ekspozycja reklamy drukowanej na 9 nośnikach na lotnisku im. F. Chopina w Warszawie.

Wykonawca zapewnia:

- Ekspozycję 9 plakatów na nośnikach na lotnisku im. F. Chopina w Warszawie (przyloty - na zewnątrz i wewnątrz terminala)
- Termin ekspozycji: dwa pierwsze tygodnie grudnia 2020 r.
- Wydruk plakatów zgodnie z projektem graficznym Zamawiającego.
- Montaż na nośnikach i demontaż plakatów po zakończeniu kampanii.
- Ekspozycję przez okres trwania kampanii na nośnikach we wskazanej lokalizacji.

Reklama audiowizualna

Część VI

6. Wykonanie animowanego spotu reklamowego na potrzeby reklamy zewnętrznej i działań w Internecie

- Wykonanie animowanego spotu video 2D, minimum 45 sekund. Tryb pracy nad spotem reguluje Harmonogram promocji. Do każdego etapu produkcji Zamawiający może wnieść do dwóch rund poprawek. Spot musi uwzględniać wytyczne projektowe, identyfikację wizualną Zamawiającego i w sposób czytelny komunikować najważniejsze wartości Projektu;
- Wykonanie wersji montażowej 15 sekund;
- Przygotowanie plików emisyjnych w specyfikacjach umożliwiających emisję spotu na nośnikach wynajętych przez Wykonawcę w ramach realizacji niniejszego Zamówienia, opisane w **pkt 1.4 i 1.5.**
- Briefing dotyczący realizacji materiału nastąpi w **1 tygodniu** licząc od dnia podpisania Umowy z wykonawcą. Przedstawienie scenariusza spotu nastąpi w **2 tygodniu** licząc od dnia podpisania Umowy. Jeżeli zajdzie taka konieczność Zamawiający przekaże 1. turę uwag do scenariusza w tygodniu **2 tygodniu** od podpisania Umowy. W **tygodniu 3** Wykonawca przedstawi storyboard. Jeżeli zajdzie taka konieczność Zamawiający przekaże uwagi do storyboardu w **tygodniu 3** od podpisania Umowy. Storyboard zostanie zaakceptowany w **3 tygodniu** od podpisania Umowy. Produkcja i postprodukcja nastąpią pomiędzy **3 i 4 tygodniem**. Gotowe wersje materiałów zostaną przedstawione Zamawiającemu najpóźniej w **5 tygodniu** od podpisania umowy. W **5 tygodniu** od podpisania umowy zostaną przekazane pliki emisyjne we wszystkich koniecznych do emisji specyfikacjach.

Reklama prasowa – ekspozycja grafiki reklamowej na stronach wybranych tytułów prasowych

Część VII

7. Reklama w ogólnopolskim dzienniku:

- Reklama w ogólnopolskim dzienniku lub dodatku do niego o nakładzie min. 50 tys. egzemplarzy, min. 15

Dotyczy projektu pn. „Rearanżacja stałej ekspozycji Galerii Sztuki Starożytnej Muzeum Narodowego w Warszawie” współfinansowanego ze środków w ramach Działania 8.1. Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury VIII oś priorytetowa Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 (POIiŚ).

- modułów reklamowych w wybranym piątkowym wydaniu w grudniu 2020 roku.
- Przez minimalny nakład rozumiany jest średni nakład jednorazowy z 2019 roku.

Część VIII

8. Reklama prasowa:

- 8.1 reklama, cała strona listopadowego (2020 r.) wydania wybranego ogólnopolskiego miesięcznika popularnonaukowego lub historycznego o nakładzie min. 45 tys. egzemplarzy;
- 8.2 reklama, cała strona listopadowego (2020 r.) wydania wybranego ogólnopolskiego miesięcznika podróżniczego lub lifestylowego o nakładzie min. 35 tys. egzemplarzy;
- 8.3 reklama, cała strona listopadowego (2020 r.) wydania wybranego ogólnopolskiego miesięcznika popularnonaukowego lub historycznego o nakładzie min. 30 tys. Egzemplarzy
- 8.4 Przez minimalny nakład rozumiany jest średni nakład jednorazowy z 2019 roku.

Produkcja poligraficzna i produkcja materiałów stałych

Część IX

9. Produkcja poligraficzna i produkcja materiałów stałych

9.1 Druk zaproszeń na uroczyste otwarcie Galerii Sztuki Starożytnej

- 2 000 zaproszeń na wernisaż A4 falcowane do A5, 4+4, kreda mat 350g/m², lakier matowy; zamówienie obejmuje wykonanie i akceptację proofa kolorystycznego;

9.2 Druk ulotek promocyjno-informacyjnych poświęconych Galerii Sztuki Starożytnej

- 30 000 W polskiej i angielskiej wersji językowej (A3 falcowana do A6, 4+4, min. 115g/m²);

9.3 Druk plakatów B1

- 300 plakatów B1, 4+0, 170g/m²;

9.4 Tablica informacyjnej o sfinansowaniu projektu z FE i MKiDN – stalowa w formacie A3

- 1 tablica informacyjna do wykonania na podłożu metalowym, zgodnie z ww. Podręcznikiem Wnioskodawcy i Beneficjenta;

9.5 Wykonanie ścianki konferencyjnej na konferencję prasową z okazji uroczystego otwarcia Galerii

- 1 panel ścianki konferencyjnej z informacją o Galerii oraz podmiotach partnerskich; panel 75 x 225 cm, magnetyczne mocowanie do ramy;

Dotyczy projektu pn. „Rearanżacja stałej ekspozycji Galerii Sztuki Starożytnej Muzeum Narodowego w Warszawie” współfinansowanego ze środków w ramach Działania 8.1. Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury VIII oś priorytetowa Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 (POIiŚ).

9.6 Druk wielkoformatowego baneru reklamowego (proporca) nad wejściem do Gmachu Głównego MNW

- 1 proporzec nad wejście główne MNW, 2,5x7m, siatka mesh, tunele 30 cm (góra, dół), brak oczkowania, montaż po stronie Zamawiającego;

9.7 Wykonanie planszy naklejki na stelę informacyjną przed wejściem głównym do Galerii

- 1 naklejka na stelę z informacją o wystawie; naklejka 4+0, 38 x 130 cm;

9.8 Druk wielkoformatowego baneru reklamowego (nad schodami w holu głównym)

- 1 baner reklamowy nad schody w holu głównym: Format: 7,0 x 3,4m, Baner Druk: 4+0

9.9 Dostawa do siedziby Zamawiającego zgodnie z Harmonogramem promocji, nie później niż w 3 tygodniu od podpisania Umowy z Wykonawcą.

9.10 Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmian specyfikacji technicznej, ale nie zmiany ilości lub przedmiotu zamówienia, w ramach poszczególnych pozycji, bez wpływu na cenę ofertową Wykonawcy.

E-PROMOCJA

Część X

10. Reklama internetowa – kampania promocyjna w Internecie (ekspozycja banerów reklamowych oraz emisja spotów promocyjnych; Display, Video, retargeting; w serwisach internetowych) oraz płatna kampania w social mediach

- Display:
 - retargeting: emisja reklam do osób (w sieciach reklamowych), które były na stronie docelowej, ale nie dokonały pożądanej akcji
 - pakiet behawioralny: Targetowanie behawioralne (Kultura i sztuka, muzea, wystawy), kontekstowe (artykuły powiązane ze sztuką) oraz tematyczne (Sztuka, Sztuka starożytna, wystawy).
 - pakiet kontekstowy: wykorzystanie słów kluczowych w sieci reklamowej
- Social:
 - Facebook: zainteresowania (kultura i sztuka, muzea, wystawy), retargeting, custom audience, lookalike
- Video:
 - youtube: kierowanie reklam do osób, które interesują się sztuką i teatrem
 - facebook: zainteresowania (Kultura i sztuka, muzea, wystawy), retargeting, custom audience, lookalike.
- Estymowane kliknięcia: nie mniej niż 8 500
- Estymowane Wyświetlenia: nie mniej niż: 7 000 000
- Estymowane obejrzenia: nie mniej niż: 2 000 000

Dotyczy projektu pn. „Rearanżacja stałej ekspozycji Galerii Sztuki Starożytnej Muzeum Narodowego w Warszawie” współfinansowanego ze środków w ramach Działania 8.1. Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury VIII oś priorytetowa Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 (POIiŚ).

- Emisja kampanii rozpocznie w listopadzie i skończy się w grudniu 2020 r. Zależnie od możliwości oferowanych przez właścicieli nośników, kampania zacznie być emitowana nie później niż w pierwszych 5 dniach roboczych listopada 2020 r. i potrwa 6 tygodni.

Działania towarzyszące

Część XI

11. Tłumaczenia materiałów promocyjnych na język angielski

- Tłumaczenie materiałów akcydensowych oraz outdoorowych, ilość stron ok. 20.
 - informacja prasowa,
 - zaproszenie,
 - plakat,
 - ulotka,
 - reklamy.

Dotyczy projektu pn. „Rearanżacja stałej ekspozycji Galerii Sztuki Starożytnej Muzeum Narodowego w Warszawie” współfinansowanego ze środków w ramach Działania 8.1. Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury VIII oś priorytetowa Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 (POIiŚ).