

Warszawa, 7.09.2020 r.

Numer sprawy: 11/2020

Do:**Wszystkich zainteresowanych**

dotyczy: postępowania o zamówienie publiczne w trybie przetargu nieograniczonego na: Działania informacyjno-promocyjne w ramach projektu pn. „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.

WYJAŚNIENIA I ZMIANA TREŚCI SIWZ

I. Na podstawie art. 38 ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych (tekst jednolity Dz. U. z 2019 r., poz. 1843 ze zm.), dalej zwanej „ustawą Pzp”, Zamawiający Muzeum Narodowe w Warszawie informuje, iż otrzymał poniższe wnioski o wyjaśnienie treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia (SIWZ), na które udzielił następujących odpowiedzi:

Pytanie 1

Dotyczy część 6 produkcja animowanego spotu- prosimy o wyjaśnienie szersze:

- a) co ma być przedmiotem filmu animowanego
- b) Jakie mają być założenia animacji
- c) jakie mają być warunki techniczne przygotowania spotu.
- d) jakiego rodzaju animację zamawiający ma na myśli. (pojęcie animacja 2 D jest bardzo enigmatyczne.)
- e) Czy zamawiający zapewni jakieś materiały wyjściowe do produkcji spotu, jeśli tak to jakie.
- f) Czy zamawiający zapewni wkład merytoryczny w produkcje spotu.

Odpowiedź 1

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dla projektu „Rearanzacja stałej ekspozycji Galerii Sztuki Starożytnej Muzeum Narodowego w Warszawie”. Część VI **Wykonanie animowanego spotu reklamowego na potrzeby reklamy zewnętrznej i działań w Internecie** zakłada produkcję filmu animowanego, którego przedmiotem ma być promocja otwarcia Galerii Sztuki Starożytnej. Założeniem animacji ma być wzbogacenie spotu reklamowego przy czym warunki techniczne wykonania animacji pozostawiamy po stronie wykonawcy, spot będzie publikowany w mediach społecznościowych (plik z rozszerzeniem mp4) . Wykonawca może liczyć na wsparcie merytoryczne po stronie Zamawiającego co wskazane jest również w punkcie 6. Opisu Przedmiotu Zamówienia (zwanym dalej OPZ) jako „Briefing dotyczący realizacji materiału”. Wykonawca powinien zaanimować pliki dostarczone przez zamawiającego (reprodukcje dzieł, archiwalia, ryciny itp.).

Pytanie 2

Dotyczy Reklama prasowa- Proszę o informacje:

- a) czy wykonawca ma wykonać również projekt do rzeczzonej reklamy.
- b) jeśli tak to czy zamawiający zapewni materiały wyjściowe do produkcji reklamy tj treść, ewentualne zdjęcia itp.

Odpowiedź 2

Część VII oraz VIII dotycząca **Reklamy prasowej – ekspozycji grafiki reklamowej na stronach wybranych tytułów prasowych** nie zakłada projektów graficznych po stronie Wykonawcy. Dlatego nie zostało to uwzględnione w Opisie Przedmiotu Zamówienia. Projekty graficzne dostarcza Zamawiający.

Pytanie 3

Dotyczy produkcja materiałów poligraficznych

- a) czy zamawiający zapewni projekty do przedstawionych w tej części zamówienia materiałów,
- b) jeśli nie to czy zamawiający zapewni materiały do ewentualnych projektów graficznych,

Odpowiedź 3

pkt. a i b. Zgodnie z Częścią IX OPZ usługa dotyczy tylko produkcji poligraficznej i produkcji materiałów stałych. Projekty graficzne dostarcza Zamawiający.

Pytanie 4

Dotyczy produkcja materiałów poligraficznych

c) Proszę o podanie precyzyjnych parametrów ścianki konferencyjnej (wielkość , rodzaj materiałów itp)

d) proszę o podanie gramatury materiału na proporzec

e) proszę o podanie parametrów technicznych materiałów na wykonanie naklejki planszy

f) proszę o podanie gramatury materiału na baner nad schody w holu głównym

Odpowiedź 4

pkt. c. Część IX punkt 9.5 zakłada produkcję panelu do ścianki konferencyjnej:

wielkość panelu: 75 x 225 cm, magnetyczne mocowanie do ramy;

rodzaj materiału: druk na materiale polipropylen zawierająca warstwę aluminium ,druk bezpośredni w technologii pigmentowej materiał laminowany laminatem zabezpieczającym antyrefleksyjnym zawierającym warstwę materiału merceryzowanego

pkt. d. Część IX punkt 9.6 zakłada produkcję wielkoformatowego baneru reklamowego (proporca) nad wejściem do Gmachu Głównego MNW:

materiał: Siatka 280g/m²

pkt. e. Część IX punkt 9.7 zakłada wykonanie planszy naklejki na stelę informacyjną przed wejściem głównym do Galerii:

materiał: Folia samoprzylepna biała Oracal

pkt. f. Część IX punkt 9.8 zakłada druk wielkoformatowego baneru reklamowego (nad schodami w holu głównym)

Materiał: banerowy blackout z czarnym tyłem nie mniej niż 510g

Pytanie 5

Dotyczy kampania internetowa:

a) jaki rodzaj (wielkość reklamy) przewiduje zamawiający w kampanii display

Odpowiedź 5

Część X 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 zakłada wiele formatów graficznych, w zależności od możliwości i dostępności w serwisach internetowych.

Pytanie 6

Dotyczy kampania internetowa:

Czy kampania na fb ma dotyczyć promocji konkretnych postów , reklam czy innych nośników reklamowych. Proszę o uszczegółowienie jaki rodzaj materiałów ma być promowany. Kto odpowiada za stworzenie contentu. Jeśli wykonawca to czy zamawiający dostarczy materiały wyjściowe do jego przygotowania.

Odpowiedź 6

Część X **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** zakłada kampanię reklamową na FB, bez promocji konkretnych postów. Kontent jest po stronie Zamawiającego.

Pytanie 7

Dotyczy kampania internetowa:

Jak długi spot wideo przewiduje zamawiający. Pytanie jest o tyle istotne, że reklamy aby były skuteczne powinny trwać maksymalnie do 10 sekund. Kto odpowiada za produkcje video. Jeśli wykonawca to czy zamawiający dostarczy materiałów do jego produkcji.

Odpowiedź 7

Spot do realizacji zadania z Części X zostanie dostarczony przez Zamawiającego.

Pytanie 8

Pytania do części kampania w internecie

- a) Czy są kody śledzenia, skonfigurowane konta Google Analytics /Google ADS (może taka reklama była), żeby skorzystać z grupy do remarketingu?
- b) Preferowana lista portali na których ma pojawić się reklama, czy wykonawca sam ma dopasować?
- c) czy jest zainstalowany Pixel FB
- d) Jaki budżet zamawiający przewiduje na poszczególne działania w internecie? Czy wykonawca ma to sam określić?

Odpowiedź 8

pkt. a. Tak, jest możliwość skonfigurowania konta Google Analytics/Google ADS.

pkt. b. Zgodnie z Częścią X pkt. 10 OPZ Zamawiający potwierdza, że wskazuje wyłącznie kategorie tematyczne serwisów: Kultura i sztuka, muzea, wystawy, Sztuka starożytna, wystawy, bez wskazywania konkretnych portali.

pkt. c. Na potrzeby kampanii będzie można skorzystać z Pixel FB

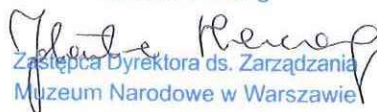
pkt. d. Zgodnie z art. 86 ust. 3 Pzp, kwota jaką Zamawiający zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia zostanie podana bezpośrednio przed otwarciem ofert.

II. Zamawiający zmienia załącznik nr 1 do SIWZ.(zmieniony fragment zaznaczono na żółto). Zmieniony załącznik nr 1 do SIWZ stanowi załącznik do niniejszego pisma.

III. Zamawiający dokonuje zmiany terminu składania ofert i wyznacza go na dzień 10 września 2020 r. godz. 9.00. Otwarcie ofert nastąpi w dniu 10 września 2020 r. o godz. 9.30. Mając na uwadze powyższe w rozdziale XVI SIWZ:

1. pkt 1 otrzymuje brzmienie: **Oferty można składać w siedzibie Zamawiającego – w Dziale Zamówień Publicznych (pok. 260), II piętro, lub w Kancelarii MNW w terminie do dnia 10 września 2020 r., do godz. 9:00**
2. pkt 3 otrzymuje brzmienie: **Oferty zostaną otwarte w siedzibie Zamawiającego, w dniu 10 września 2020 r., o godz. 9.30.**

Jolanta Hercog



Zastępca Dyrektora ds. Zarządzania
Muzeum Narodowe w Warszawie

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_POIS_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
- 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 3.1 i 4.**
- 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 prześle 1. turę uwag do scenariusza w tygodniu **2 tygodniu** od podpisania Umowy. W **tygodniu 3** Wykonawca przedstawi storyboard. Jeżeli zajdzie taka konieczność Zamawiający prześle 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 lifestyleowego 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 (POLIŚ).

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).