

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA – załącznik nr 1a do SIWZ/Umowy

Działania informacyjno-promocyjne, realizowane w ramach projektu:

Projekt nr POIS.08.01.00-00-1079/16 pn.: „Remont konserwatorski i modernizacja ekspozycji w wybranych zabytkowych obiektach Muzeum Nadwiślańskiego w Kazimierzu Dolnym” w ramach działania 8.1 osi priorytetowej VIII Ochrona dziedzictwa kulturowego i rozwój zasobów kultury Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014 – 2020
Umowa o dofinansowanie: nr POIS.08.01.00-00-1079/16-00

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja działań informacyjno-promocyjnych Projektu pn. „Remont konserwatorski i modernizacja ekspozycji w wybranych zabytkowych obiektach Muzeum Nadwiślańskiego w Kazimierzu Dolnym”, dofinansowanego ze środków finansowych Unii Europejskiej.

II. WYTYCZNE I ZALECENIA DLA DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH

Wszystkie działania informacyjno-promocyjne muszą być realizowane przez Wykonawcę w szczególności zgodnie z Wytycznymi w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 oraz Wytycznymi w zakresie informacji i promocji (obowiązujący Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014 – 2020 w zakresie informacji i promocji) Ponadto Wykonawca musi znać struktury Muzeum Nadwiślańskiego w Kazimierzu Dolnym (MNKD) i jego oddziałów, stosować prawidłową nomenklaturę.

III. WARUNKI OGÓLNE REALIZACJI DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH

- 1) Wszystkie materiały przygotowywane przez Wykonawcę, o ile niniejszy OPZ nie przewiduje dla nich usług dystrybucji, zostaną dostarczone do siedziby Zamawiającego. Koszty dystrybucji i transportu materiałów ponosi Wykonawca.
- 2) Wszystkie materiały wykonane przez Wykonawcę muszą być zatwierdzone przez Zamawiającego: projekty i próbne egzemplarze przed ich wyprodukowaniem, a materiały gotowe w momencie ich dostarczenia.
- 3) Wykonawca jest zobowiązany do comiesięcznego pisemnego sprawozdania z realizowanych działań informacyjno-promocyjnych (do 7-dnia każdego miesiąca, za poprzedni miesiąc).
- 4) Opatrzanie projektów wszystkich materiałów informacyjno-promocyjnych oraz produktów wymaganymi logotypami projektowymi oraz w uzgodnieniu z Zamawiającym również w wybranych przypadkach umieszczenie logo Zamawiającego.
- 5) Na materiałach graficznych nie może znaleźć się logo Wykonawcy.

- 6) Konsultowanie treści i zawartości projektów poszczególnych produktów z wyznaczonym pracownikiem MNKD oraz uzyskiwanie akceptacji ze strony MNKD.
- 7) Autorskie prawa majątkowe do wszystkich projektów przechodzą na Zamawiającego z chwilą zapłaty za wykonanie poszczególnych elementów przedmiotu zamówienia.
- 8) Wszystkie materiały graficzne będą przygotowywane przez Wykonawcę do dystrybucji również w wersji cyfrowej /w formatach: jpg, pdf,/ i w wersji edytowalnej.
- 9) Wykonawca jest zobowiązany w celu archiwizacji dostarczyć Zamawiającemu po 5 sztuk z każdego wydrukowanego projektu.
- 10) Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania Raportu końcowego i dostarczyć go Zamawiającemu w terminie 5 dni od dnia zakończenia umowy. Raport ten musi zawierać pełne podsumowanie działań promocyjno-informacyjnych wykonanych podczas realizacji Projektu.

IV. ZAKRES DZIAŁAŃ

- 1) Stworzenie spójnej, czytelnej i atrakcyjnej graficznie koncepcji kampanii promującej inwestycję – KEY VISUAL - zgodnej z systemem identyfikacji wizualnej Muzeum Nadwiślańskiego w Kazimierzu Dolnym (zawartym w Księdze Znaku MNKD). Przygotowanie poszczególnych projektów i plików produkcyjnych w ujednoliconej konwencji graficznej, z zastosowaniem prawidłowej nomenklatury i struktury MNKD i jego Oddziałów.

KEY VISUAL powinien być atrakcyjny i nowoczesny w swej formie i zgodny z systemem identyfikacji wizualnej Muzeum Nadwiślańskiego w Kazimierzu Dolnym (zawartym w Księdze Znaku MNKD).

- 2) Obsługa PR inwestycji, w tym opracowanie szablonów i treści informacji prasowych, mailingów, newsletterów i komunikatów prasowych. Skuteczne i systematyczne wysyłanie mailingów oraz rozsyłania newsletterów (ewaluacja wyników). Wykonawca zobowiązany jest do przedstawiania Zamawiającemu potwierdzenia wysyłanej poczty wraz z listą adresatów.
- 3) Tworzenie krótkich, atrakcyjnych w przekazie materiałów filmowych: 7 spotów, czas trwania każdego spotu: 1 min.; utrzymanych w jednej konwencji – z przeznaczeniem na muzealny FB @muzeumnadwislanskie oraz kanał YT/wszystkie kanały obsługiwane przez Zamawiającego/. Stworzenie scenariusza, napisanie treści, zapewnienie lektora, podkładu muzycznego, montaż. Spot ma promować źródła finansowania projektu. **Dostosowanie do potrzeb osób niesłyszących (napisy, tłumaczenie na język migowy).**
- 4) Przygotowywanie i regularne umieszczanie aktualnych treści redakcyjnych w mediach społecznościowych – budowanie zaangażowanej publiczności i przekazywanych na adres wskazany przez Zamawiającego. Przeprowadzenie skutecznych i atrakcyjnych dla odbiorców kampanii promocyjnych na FB @muzeumnadwislanskie (projekty infografik, atrakcyjna treść postów sponsorowanych, odpowiedni target i czas publikowania). Przygotowanie harmonogramu promocji bezpłatnej i płatnej na facebooku. Zakup reklamy na facebooku z wykorzystaniem 4 spotów reklamowych. Co miesiąc nowa infografika – 10 sztuk. Organizacja konkursów w mediach społecznościowych.

- 5) Wykonanie projektu i druk materiałów informacyjno - promocyjnych dla turystów o MNKD w trzech wersjach językowych (polski, angielski, francuski)
Specyfikacja:
 - łączny nakład: 15 000 szt. (10 000 szt.- w wersji polskiej, 2 500 szt. – w wersji angielskiej, 2 500 szt. – w wersji francuskiej);
 - druk typu DL;
 - kolor 4+4;
 - papier półmat;
 - gramatura: 120 g/m²
- 6) Wykonanie projektu graficznego broszury zgodnego z KEY VISUAL projektu i druk broszur ofertowych dla klientów komercyjnych, w tym branży turystycznej i eventowej oraz ich kolportaż.
Specyfikacja broszury:
 - 1 000 szt.; w tym 500 szt. dla Zamawiającego;
 - format: A3 składane do A4
 - kolor 4+4;
 - papier: mat;
 - gramatura: min. 200 g/m²;
- 7) Przygotowanie projektu i wykonanie publikacji dedykowanej rodzinom i dzieciom, z uwzględnieniem formuły gry zadaniowej. Specyfikacja publikacji - zeszytu edukacyjnego:
 - 3000 sztuk + 1 wersja cyfrowa do pobrania oraz umieszczenia na stronie internetowej MNKD;
 - format: A5;
 - okładka: kolor 4+4;
 - papier: półmat; gramatura 300 g/m²; oprawa kredowa, miękka i szyta;
 - środek: liczba stron 24, kolor, papier: mat; gramatura: min. 200 g/m²;
- 8) Obsługa PR uroczystości otwarcia oddziałów MNKD i zakończenia inwestycji – stworzenie biura prasowego na FTP, gdzie będą udostępniane materiały informacyjno - promocyjne na temat projektu.
- 9) Przygotowanie i zlecenie artykułów i nagrań w mediach lokalnych, ogólnokrajowych i branżowych – informacje o zakończeniu inwestycji i otwarciu Muzeum, opracowanie materiałów informacyjno - promocyjnych, w tym fotografii i infografik). Wykonawca przekaże Zamawiającemu do akceptacji wybór mediów.
- 10) Przygotowanie programów radiowych i telewizyjnych o zasięgu lokalnym i ogólnopolskim – informowanie o projekcie, otwarciu Oddziałów MNKD, efektach projektu.
- 11) Przygotowanie projektów i wykonanie akcesoriów reklamowych wspierających uroczyste otwarcie Oddziałów MNKD, skierowanych do branży turystycznej (ekologiczne ołówki /okrągłe zaostrome ołówki drewniane HB w naturalnym kolorze drewna, pokryte bezbarwnym lakierem; wymiary produktu: 85x7x7mm, wymiary nadruku: 50x4mm – 1 000 szt., torby lniane – 200 szt. / Kolorowe torby z długim uchem, wykonane z bawełny o gramaturze 140g.; kolory zgodne z Identyfikacją wizualną MNKD/ Na akcesoriach reklamowych będą zamieszczone logotypy projektu i slogan promujący projekt.



- 12)** Przygotowanie projektu i druk zaproszeń, przygotowanie listy adresowej skierowanej do branży turystycznej, eventowej i muzealnej oraz wysyłka zaproszeń na otwarcie Oddziałów MNKD. Wysyłka zaproszeń pocztą tradycyjną z potwierdzeniem nadania, przekazanym Zamawiającemu. Specyfikacja zaproszeń:
- format A4 składany na pół; pion;
 - kolor;
 - papier: pół mat;
 - gramatura: 130 g/m²;
 - nakład: 700 sztuk. (z czego 30 sztuk zostanie przekazane Zamawiającemu).
- 13)** Kampania outdoorowa projektu w wybranych miastach (Lublin, Warszawa, Katowice, Rzeszów, Kraków, Wrocław, Łódź, Poznań). W ramach kampanii:
- A) plakaty wielkoformatowe typu CL na dworcach kolejowych i autobusowych wskazanych miast (czas trwania kampanii: 1 miesiąc / wynajem nośników, projekt, druk, montaż, obsługa, udokumentowanie).
- B) plakaty wielkoformatowe na słupach ogłoszeniowych w centrum Warszawy /Mokotów, Wilanów/; (czas trwania kampanii: 1 miesiąc / wynajem nośników, projekt, druk, montaż, obsługa, udokumentowanie).
- C) billboardy elektroniczne na wybranych 4 stacjach I linii Metra w Warszawie (czas trwania kampanii: 1 miesiąc / wynajem nośników, projekt, druk, montaż, obsługa, udokumentowanie).