



Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

Zakres merytoryczny: „Opracowanie założeń i wdrożenie kampanii informacyjno – promocyjnej dla projektu pn. Budowa linii tramwajowej wzdłuż Trasy Łagiewnickiej”.

Zakres działań informacyjno – promocyjnych realizowany w ramach projektu pn.:

„Budowa linii tramwajowej wzdłuż Trasy Łagiewnickiej”

projekt współfinansowany przez ze środków funduszy europejskich
w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko na lata 2014-2020

Kraków, grudzień 2018 r.



CZEŚĆ OGÓLNA:

a) NAZWA I ADRES ZAMAWIAJĄCEGO:

Nazwa Zamawiającego: **Trasa Łagiewnicka Spółka Akcyjna z siedzibą w Krakowie,
ul. Stefana Korbońskiego 14C, 30-443 Kraków
tel.: + 48 12 357 80 00
e-mail: sekretariat@trasalagiewnicka.krakow.pl
adres strony internetowej: <http://www.trasalagiewnicka.krakow.pl/>**

b) TRYB UDZIELENIA ZAMÓWIENIA INFORMACJE OGÓLNE:

Postępowanie prowadzone jest w trybie przetargu nieograniczonego, zgodnie z ustawą z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2018 r. poz. 1986) . W sprawach nieuregulowanych zapisami niniejszego Opisu Przedmiotu Zamówienia dalej jako „OPZ”, stosuje się przepisy powołanej ustawy, przepisów wykonawczych do ustawy oraz ustawy Kodeks Cywilny.

c) TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA:

Termin końcowy realizacji zamówienia – **do dnia 30.11.2020 r.**

W przypadkach przesunięcia terminu zakończenia realizacji inwestycji – termin końcowy realizacji przedmiotowego zamówienia zostanie przesunięty.

Terminy realizacji poszczególnych elementów/etapów, stanowiących składowe zamówienia zostały określone w harmonogramie realizacji kampanii informacyjno – promocyjnej dla projektu pn. „Budowa linii tramwajowej wzdłuż Trasy Łagiewnickiej”, w którym zawarto ramy czasowe, w jakich Zamawiający przewiduje realizację poszczególnych elementów zamówienia.

Zamawiający wymaga, aby Wykonawca opracował szczegółowy harmonogram kampanii informacyjno – promocyjnej w oparciu o podane ramy czasowe, w sposób zapewniający optymalne wykorzystanie i różnicowanie wszystkich elementów kampanii.

Terminy realizacji poszczególnych elementów/etapów mogą ulec zmianie, przy czym datą graniczną realizacji zamówienia jest termin końcowy wskazany do dnia 30.11.2020 r.

d) OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA:

Przedmiot zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie założeń i wdrożenie kampanii informacyjno – promocyjnej dla projektu pn. „Budowa linii tramwajowej wzdłuż Trasy Łagiewnickiej”. Realizacja projektu jest współfinansowana przez Unię Europejską ze środków Funduszu Spójności w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko na lata 2014-2020.

Cel kampanii:

Celem działań informacyjno – promocyjnych realizowanych w ramach projektu pn. „Budowa linii tramwajowej wzdłuż Trasy Łagiewnickiej”, jest poinformowanie interesariuszy projektu (mieszkańców miasta, turystów, podróżujących) o korzyściach płynących z realizacji przedsięwzięcia, upowszechnienie wiedzy na temat niskoemisyjnego transportu zbiorowego i jego współfinansowaniu ze środków Funduszu Spójności w ramach Działania 6.1 Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 (dalej: POIiŚ).

W ramach kampanii informacyjno – promocyjnej zostaną przekazane informacje o głównych celach projektu, korzyściach płynących z jego realizacji i rezultatach jakie niesie za sobą. Działania informacyjno – promocyjne mają przedstawiać miasto Kraków, jako ośrodek, który rozwija się w sposób zharmonizowany z podkreśleniem działań związanych z rozwojem komunikacji miejskiej i zrównoważonego niskoemisyjnego transportu zbiorowego.

Opis zakresu kampanii:

Zakres kampanii projektu polegać będzie na przeprowadzeniu działań informacyjno-promocyjnych w zakresie przedsięwzięcia pn. „Budowa linii tramwajowej wzdłuż Trasy Łagiewnickiej”, współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Funduszu Spójności w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020. Realizacja projektu jest jednym z elementów wpisujących się w założenia polityki transportowej, prowadzonej przez władze Miasta Krakowa, dążącej do poprawy jakości komunikacji zbiorowej funkcjonującej na terenie miasta.

Językiem komunikacji w zakresie realizacji zamówienia będzie język polski. Forma, ilość zawartych informacji, poziom ich złożoności oraz zakres przekazu powinien być ściśle związany z realizowanym przedsięwzięciem. Działania informacyjno – promocyjne projektu prowadzone będą z wykorzystaniem powszechnych, dostępnych form przekazu i reklamy takich jak:

- tablice pamiątkowe dla projektu,
- informacje na stronie Beneficjenta,
- informacje prasowe (rynek prasy lokalnej płatnej i bezpłatnej),
- materiały drukowane podlegające dystrybucji (ulotki informacyjne/broszury),
- outdoor – reklama zewnętrzna (billboardy i citylighty przystankowe),
- materiały reklamowe,
- konferencję/happening,
- baner reklamowy,
- przekaz w mediach (filmy/spoty reklamowy, Internet, TV itp.).

Obszar działania:

Kampania informacyjno – promocyjna projektu pn. „Budowa linii tramwajowej wzdłuż Trasy Łagiewnickiej” zostanie przeprowadzona przede wszystkim na terenie Gminy Miejskiej Kraków – siedziby Trasy Łagiewnickiej S.A. Beneficjenta przedmiotowego projektu.

Grupa docelowa:

Grupę docelową przekazu działań informacyjno – promocyjnych stanowić będą wszyscy mieszkańcy Gminy Miejskiej Kraków, podróżni, pasażerowie komunikacji zbiorowej, którzy będą obsługiwani przez przedmiotowy ciąg komunikacyjny i którzy będą korzystać z infrastruktury powstałej w ramach realizowanego projektu (linii tramwajowej, pętli tramwajowej, ścieżek rowerowych, chodników, przystanków itd.).

Wytyczne dotyczące przygotowania i realizacji przekazu kampanii informacyjno – promocyjnej:

Całość przygotowanych materiałów informacyjno - promocyjnych ma korelować zarówno ze sobą, jak i z layoutem przygotowanym i dostarczonym do Zamawiającego przez Wykonawcę. Przekaz marketingowy wszystkich wybranych form reklamowych i informacyjnych oraz przekazywane treści powinny być spójne i jednoznacznie utożsamiane z promowanym projektem.

Działania informacyjno – promocyjne projektu pn. „Budowa linii tramwajowej wzdłuż Trasy Łagiewnickiej”, wiązać będą się z wypełnieniem obowiązkowych elementów wskazanych w procedurach w zakresie wdrażania POLIŚ.

Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca promocji źródeł dofinansowania projektu będzie prowadzona zgodnie z wytycznymi dotyczącymi informacji i promocji dla okresu programowania 2014-2020 tj.

- *Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. ustanawiające wspólne przepisy dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności, Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego oraz ustanawiające przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności i Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego oraz uchylające rozporządzenie Rady (WE) nr 1083/2006,*
- *Rozporządzenie Wykonawcze Komisji (UE) NR 821/2014 z dnia 28 lipca 2014 r. ustanawiające zasady stosowania rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013 w zakresie szczegółowych uregulowań dotyczących transferu wkładów z programów i zarządzania nimi, przekazywania sprawozdań z wdrażania instrumentów finansowych, charakterystyki technicznej działań informacyjnych i komunikacyjnych w odniesieniu do operacji oraz systemu rejestracji i przechowywania danych,*
- *Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1304/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. w sprawie Europejskiego Funduszu Społecznego i uchylające rozporządzenie Rady (WE) nr 1081/2006 – art. 20,*
- *Strategię komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020,*
- *Strategia komunikacji Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko na lata 2014-2020,*
- *Księga identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020,*
- *Wytyczne w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020;*
- *Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji,*
- *Wytyczne dla beneficjenta oraz pozostałe dokumenty dotyczące informacji i promocji projektu,*

Kampania informacyjno – promocyjna projektu będzie prowadzona zgodnie z obowiązującymi *Wytycznymi w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020 oraz Podręcznikiem wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji* oraz obowiązkami informacyjnymi Beneficjenta, określonymi w umowie o dofinansowanie.

Wszelkie materiały promocyjne oznaczone zostaną informacją tekstową i graficzną o współfinansowaniu projektu ze środków Funduszu Spójności w ramach działania 6.1 Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020.

II. CZĘŚĆ SZCZEGÓŁOWA:

a. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA:

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie założeń i realizacja działań informacyjno – promocyjnej dla projektu pn. „Budowa linii tramwajowej wzdłuż Trasy Łągiewnickiej”, współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Funduszu Spójności w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020.

b. ZAKRES ZAMÓWIENIA:

Klasyfikacja przedmiotu umowy według wspólnego słownika zamówień (CPV):

- 79342200-5 – Usługi w zakresie promocji
- 79341100-7 – Doradcze usługi reklamowe
- 79341400-0 – Usługi prowadzenia kampanii reklamowych
- 79341000-6 – Usługi reklamowe
- 22462000-6 – Materiały reklamowe
- 79800000-2 - Usługi drukowania i powiązane
- 92111210-7 - Produkcja filmów reklamowych
- 79342200-5 - Usługi w zakresie promocji
- 79970000-4 - Usługi publikacji
- 92111250-9 - Produkcja filmów informacyjnych
- 39294100-0 - Artykuły informacyjne i promocyjne.

Całość zamówienia składać się będzie z poszczególnych etapów/elementów składowych, których realizacja odbywać się będzie zgodnie z harmonogramem prac przyjętym dla działań informacyjno – promocyjnych – opracowanym zgodnie ze wskazaniami Zamawiającego

c. CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA:

Zamawiający przewiduje, że na przeprowadzenie działania informacyjno – promocyjne projektu „Budowa linii tramwajowej wzdłuż Trasy Łągiewnickiej” składać się będą następujące elementy:

- a. Przygotowanie layoutu form reklamowych realizowanych w ramach przedmiotowej kampanii. Zamawiający zastrzega, iż ostateczne wersje przygotowanych projektów będą musiały zostać dostosowane do wymogów określonych w obowiązującej Karcie Wizualizacji Programu Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 oraz Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji. Wykonawca do realizacji przedmiotu umowy wykorzysta m.in. informacje podane przez Zamawiającego dotyczące realizacji i zakresu projektu. Ponadto, każdorazowo przed wykorzystaniem zaproponowanego layoutu form reklamowych do celów realizacji kampanii informacyjno – promocyjnej projektu, Wykonawca zobowiązany będzie do uzyskania akceptacji Zamawiającego.
- b. Wdrożenie i przeprowadzenie kampanii promocyjno-informacyjnej projektu na terenie Gminy Miejskiej Kraków.
- c. Opracowanie szczegółowego harmonogramu działań informacyjno – promocyjnych w oparciu o dane wyjściowe i ramy czasowe przekazane przez Zamawiającego.

d. USZCZEGÓLOWIENIE ELEMENTÓW PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA:

1) Wykonanie oraz montaż tablic informacyjnych i pamiątkowych projektu:

Tablice pamiątkowe:

- Tablica pamiątkowa musi zawierać następujące elementy:
 - nazwę beneficjenta,
 - tytuł projektu,
 - cel projektu,
 - zestaw logotypów – znaki FE, UE i RP
 - adres portalu www.mapadotacji.gov.pl
 - powierzchnia tablicy nie może być mniejsza niż 6 m² – wielkość rekomendowana w przypadku projektów związanych ze znacznymi inwestycjami infrastrukturalnymi i pracami budowlanymi,
- Tablice pamiątkowe winny zostać wykonane z materiałów trwałych, tj. odpornych na warunki atmosferyczne, dzięki czemu zapewniona zostanie czytelność informacji oraz wysoki poziom estetyczny tablicy, co najmniej w okresie trwałości projektu,
- Tablice powinny zostać trwale umieszczone w gruncie,
- Dopuszcza się możliwość zmniejszania lub zwiększania wymiarów tablicy z uwagi na rodzaj i charakter projektu, pod warunkiem zachowania wszystkich proporcji oryginalnego wzoru tablicy.
- Przykładowe wzory tablic w formatach AI, CDR, GIF, JPEG, PNG są dostępne na stronie internetowej <http://www.pois.gov.pl/> - w zakładce „Prawo i dokumenty”
- **Wykonawca zobowiązany będzie do wykonania 2 sztuk tablic pamiątkowych,**

UWAGA: Szczegóły umieszczania tablic pamiątkowych określa „Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji”. Tablice pamiątkowe muszą być umieszczone w miejscach najbardziej widocznych, zapewniających dostęp jak największej liczbie osób oraz umożliwiających swobodne zapoznanie się z jej treścią. Umieszczenie tablic nie może zagrażać bezpieczeństwu osób zapoznających się z ich treścią.

Termin wykonania zgodnie z harmonogramem realizacji kampanii informacyjno – promocyjnej (załącznik nr 1 do Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia).

2) Konferencja:

Konferencja projektu/happening projektu:

a. Organizacja i przeprowadzenie konferencji projektu w następującym zakresie:

- zapewnienie miejsca/sali konferencyjnej:
 - Zamawiający wymaga, aby konferencja projektu została zorganizowana na w trakcie realizacji projektu;
 - Zamawiający wymaga aby miejsce konferencji zlokalizowane było w bliskiej odległości od realizowanego projektu, w funkcjonalnym miejscu Miasta - preferowana jest lokalizacja w odległości około 100 m od centrum przesiadkowego oraz maksymalnie 500 m od Dworca Autobusowego;
 - wyklucza się możliwość organizacji konferencji w salach bankietowych;
 - wielkość sali dostosowana do minimum 100 osób;
 - sala konferencyjna musi posiadać wydajny system klimatyzacji;
 - sala konferencyjna winna posiadać odpowiednie nagłośnienie, oświetlenie, projektor/ekran multimedialny umożliwiający prezentację;
 - miejsce konferencji winno posiadać fayer oraz przestrzeń ekspozycyjną;
 - sala konferencyjna oraz obiekt muszą być dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych;
 - miejsce konferencji winno być dobrze skomunikowane z funkcjonującą komunikacją zbiorową oraz posiadać odpowiednią ilość miejsc parkingowych,
 - Zamawiający wymaga aby miejsce konferencji zostało określone w ofercie
- zapewnienie cateringu podczas konferencji:
 - serwisy kawowe w formie bufetu szwedzkiego, podczas których wymaga się zapewnienia co najmniej: kawy, herbaty (różne rodzaje), soki (różne rodzaje), woda mineralna, dodatki cukier, cytryna, mleko/śmietanka do kawy;
 - mix ciast, owoce, przystawki w formie kanapek;
 - lunch dla każdego z uczestników konferencji w formie bufetu szwedzkiego, w skład którego wchodzi: przystawki, pierwsze danie (zupy (co najmniej dwa rodzaje), drugie danie (sztuka mięsa (co najmniej dwa rodzaje) dodatki w formie warzyw, surówek, danie wegetariańskiej, deser (co najmniej dwa rodzaje), napoje;
- przygotowanie zaproszeń na konferencję do wskazanych przez Zamawiającego grup docelowych – w formie elektronicznej i listownej;
- prowadzenie obsługi i moderowanie konferencji – w uzgodnieniu z Zamawiającym;

- zapewnienie zapisu audiowizualnego konferencji - udokumentowanie przebiegu konferencji, rozmowy z gośćmi - w formie nagrania video oraz zdjęć;
- wykonanie materiałów konferencyjnych – (w ilości 110 szt. – każdy z poniższych):
 - notes – format A4, objętość 80 kartek w kratkę z nadrukiem w pełnym kolorze na każdej stronie logotypów UE i logotypu Beneficjenta, okładka – papier kreda kolor 4/0, 135g/m², spód kartonowy, dwustronnie bielony, klejone krótsze krawędzie,
 - teczka składana – na materiały formatu A4, składana, matowa, dwie wewnętrzne zakładki (po prawej stronie i u dołu), nadruk w pełnym kolorze,
 - długopis – automatyczny z wkładem, materiał metal, kolor do uzgodnienia z Zamawiającym, kolor wkładu – niebieski, oznakowanie logotypami poprzez grawer,
 - pendrive – objętość 4GB, oznakowanie poprzez grawer,
 - materiały konferencyjne – treść prezentacji, wydruk dwustronny – max. 4 slajdy na stronę, wydruk kolor,
 - przygotowanie materiałów – obejmuje składanie teczek, umieszczenie w środku notesów, materiałów drukowanych, długopisów, pendrivów 16GB oraz programu konferencji,
- zapewnienie udziału odpowiedniej ilości prelegentów/ekspertów z tematyki transportowej, posiadających minimum trzy publikacje naukowe – prelegenci w uzgodnieniu z Zamawiającym;
- podczas konferencji projektu podane zostaną informacje na temat zrealizowanych zadań oraz ostatecznych nakładach inwestycyjnych. Przedstawione zostaną efekty realizacji projektu, ich wpływ w odniesieniu do całego systemu transportowego miasta.

Uwaga: Zamawiający zastrzega sobie prawo do zorganizowania konferencji w ramach komplementarnych konferencji/ewentów odbywających się na terenie Gminy Miejskiej Kraków (np. konferencji/ewentów tematycznych).

Termin wykonania zgodnie z harmonogramem realizacji kampanii informacyjno – promocyjnej (załącznik nr 1 do Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia).

3) Projekt, przygotowanie, druk i kolportaż (dystrybucja) ulotek/broszur/folderów dotyczących projektu:

Ulotki/broszury/foldery:

Ulotka:

- ulotka format A4, gramatura papieru (kreda, 150 – 250 g/m²) wraz z kolportażem ulotki metodą druków bezadresowych do skrzynek pocztowych, wśród Krakowian z grupy docelowej projektu (po uzgodnieniu z Zamawiającym);
- ulotka składana na trzy części (składane na DL). Druk dwustronny kolorowy. Tekst plus zdjęcia z wykorzystaniem layoutu;
- ilość - 10 tys. sztuk ulotek;
- wykonanie ulotek w dwóch częściach w trakcie trwania realizacji projektu;

Folder:

- format: 21cm x21cm, papier: kreda błysk, 160 g, ilość stron: 12 stron z okładką, druk całości: kolor 4+4, zadruk: dwustronny, poziomy. środek offset, sposób oprawy: podwójna zszywka;
- Wykonawca realizując zamówienie zobowiązany jest przy udziale Zamawiającego do opracowania tekstów i przedstawienia końcowego efektu do akceptacji;
- folder musi być zilustrowany fotografiami - ich zabezpieczenie będzie leżało w gestii Wykonawcy;
- ilość - 2 tys. sztuk folderów;

Uwaga: Sposób dystrybucji zostanie uzgodniony z Zamawiającym. Ulotki/broszury informacyjne należy opracować zgodnie z „Podręcznikiem wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji” Treść i szata graficzna musi być każdorazowo uzgodniona z Zamawiającym.

Termin wykonania zgodnie z harmonogramem realizacji kampanii informacyjno – promocyjnej (załącznik nr 1 do Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia).

4) Produkcja filmu reklamowego, spotów reklamowych (video) promujących projekt wraz z emisją spotów w telewizji/środkach komunikacji zbiorowej,

Spoty:

- realizacja zdjęć, montaż, produkcja spotów video o długości 30 s. w ilości 2 szt.,
- realizacja spotów video o długości 15 s. w ilości 3 szt. – w oparciu o wykorzystanie zdjęć i koncepcji opracowanej w trakcie produkcji spotów o długości 30 s.,
- w ramach spotów należy przewidzieć wykonanie metodą animacji komputerowej przebiegu lokalizacji projektu w kontekście układu transportowego Krakowa,
- w ramach spotów, należy przewidzieć krótkie wywiady oraz ujęcia z placu budowy,
- należy przewidzieć udźwiękowanie spotów oraz wykorzystanie podkładu muzycznego,
- spoty winny zostać wykonane w rozdzielczości FullHD oraz wymaganiami emisyjnymi umożliwiającymi emisję w pojazdach komunikacji zbiorowej,
- spoty winny zostać opracowane w wersji z i bez transkrypcji,
- zlecenie podwykonawcy i zawarcie umowy na emisję przygotowanych spotów promujących projekt – treść umowy należy uzgodnić z Zamawiającym,
- emisja spotów w telewizji regionalnej lub środkach komunikacji zbiorowej (typu bus TV),
- emisja spotów w pojazdach komunikacji zbiorowej przez min. 30 dni, co najmniej 1 raz dziennie - spoty 15 s.,
- emisji spotów w telewizji regionalnej 20 emisji – spoty 30 s.,

Termin wykonania zgodnie z harmonogramem realizacji kampanii informacyjno – promocyjnej (załącznik nr 1 do Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia).

Film informacyjno - promocyjny:

- produkcja filmu informacyjno-promocyjnego (czas trwania maksymalnie 10 minut) z przeznaczeniem do umieszczenia na stronach internetowych, emisji podczas spotkań, konferencji, festiwali, przeglądów i innych tego typu wydarzeń, prezentacji oraz dystrybucji bezpośredniej na płytach DVD/ USB oraz promocji w mediach, w tym w Internecie oraz mediach społecznościowych,
- film winien być nowoczesny, dynamiczny, ukazujący teren realizacji projektu w stanie pierwotnym – sprzed realizacji, postęp robót budowlanych, technologię wykonania prac oraz efekt finalny w postaci wybudowanej infrastruktury,
- Wykonawca zobowiązany jest do monitorowania postępu prac umożliwiającego kompleksowe zobrazowanie realizacji projektu,
- film winien zostać wykonany w rozdzielczości FullHD oraz wymaganiami emisyjnymi umożliwiającymi emisję w pojazdach komunikacji zbiorowej, rozdzielczość min. 1920x1080,
- opracowanie oprawy graficznej i animacji. Do zadań Wykonawcy należeć będzie stworzenie oprawy graficznej, pozwalającej nadać spójność – czołówka, strony tytułowe, napisy, tyłówka, tekst lektorski, podkład muzyczny oraz inne zależnie od wymogów przyjętego do realizacji scenariusza. Realizacja podkładu muzycznego zostanie przeprowadzona po wcześniejszej akceptacji ze strony Zamawiającego,
- Wykonawca dostarczy Zamawiającemu oświadczenie o nabyciu praw do użycia wybranych fragmentów muzycznych do produkcji filmu promocyjnego będącego przedmiotem niniejszego zamówienia,
- produkcja filmu promocyjnego powinna odbywać się z użyciem profesjonalnego sprzętu,
- w cenie usługi Wykonawca zapewni opracowanie scenariusza i terminarza, który uzgodni z Zamawiającym,
- Wykonawca prześle Zamawiającemu zmontowany materiał promocyjny celem jego akceptacji,
- Wykonawca zobowiązany jest we własnym zakresie uzyskać zezwolenia osób, których wizerunki zostaną utrwalone w filmie promocyjnym na ich rozpowszechnianie.

Dodatkowe wymagania:

- w filmie powinno znaleźć się hasło promocyjne zaakceptowane przez Zamawiającego,
- obowiązkowe logotypy informujące o dofinansowaniu ze środków funduszu spójności w ramach POIiŚ 2014-2020 i UE – zgodnie z obowiązującym wzorem,

Termin wykonania zgodnie z harmonogramem realizacji kampanii informacyjno – promocyjnej (załącznik nr 1 do Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia).

5) Reklama w prasie oraz Internecie:

Reklama w Internecie:

- przygotowanie i zamieszczenie reklamy/informacji o projekcie przez okres minimum 14 dni,
- dwie tury reklam w dwóch lokalnych portalach internetowych tj. portalach posiadających dział infrastrukturalny

informujący o przedsięwzięciach (w szczególności przedsięwzięciach transportowych) poświęcony w całości obszarowi Miasta Krakowa, każdorazowo przy wyborze portalu konieczne jest uzyskanie akceptacji Zamawiającego.

- reklama w formie banneru interaktywnego na stronie głównej i podstronach, reklama widoczna bez konieczności przewijania strony w dół,
- reklama typu Adwords lub równoważna o zasięgu licznym przekierowaniami na stronę minimum 6 000 użytkowników – przeprowadzona wśród mieszkańców z obszaru między ul. Witosa/ul. Halszki a ul. Zakopiańską,
- reklama informująca o realizacji projektu oraz dofinansowaniu ze środków funduszu spójności w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 z wykorzystaniem zdjęć, logotypów i layoutu,

Termin wykonania zgodnie z harmonogramem realizacji kampanii informacyjno – promocyjnej (załącznik nr 1 do Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia).

Informacja prasowa:

- publikacja 4 tekstów sponsorowanych wraz ze zdjęciem (zdjęciami) na połowie strony redakcyjnej gazety o zasięgu lokalnym (Kraków) – lub równoważnej tj. posiadającej dział infrastrukturalny informujący o przedsięwzięciach (w szczególności przedsięwzięciach transportowych) poświęcony w całości obszarowi Miasta Krakowa, każdorazowo przy wyborze gazety konieczne jest uzyskanie akceptacji Zamawiającego.
- tekst sponsorowany informujący o dofinansowaniu ze środków Funduszu Spójności w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020, promujący realizację inwestycji, informujący o wpływie na rozwój transportu zbiorowego, opisujący zalety płynące z przebudowy ciągu komunikacyjnego (1/1 full page), plus zdjęcia i logotypy,
- Wykonawca realizując zamówienie zobowiązany jest przy udziale Zamawiającego do opracowania tekstów i przedstawienia końcowego efektu do akceptacji,
- folder musi być zilustrowany fotografiami - ich zabezpieczenie będzie leżało w gestii Wykonawcy,

Termin wykonania zgodnie z harmonogramem realizacji kampanii informacyjno – promocyjnej (załącznik nr 1 do Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia).

6) Ekspozycja reklamy na nośnikach zewnętrznych:

Outdoor - billboardy

- billboard 10 tablic umiejscowionych na terenie Gminy Miejskiej Kraków, rozlokowanych w obrębie prowadzonej inwestycji (tj. osiedla Kurdwanów, Łagiewniki, Borek Fałęcki, Ruczaj – Dzielnice VII, XIII, IX). Kreacja na podstawie layoutu zaakceptowanego przez Zamawiającego;
- lokalizacje do wcześniejszego zaakceptowania przez Zamawiającego;
- billboard informujący o realizacji projektu i dofinansowaniu ze środków Funduszu Spójności w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 z wykorzystaniem zdjęć, logotypów i layoutu;
- czas ekspozycji minimum 21 dni.

Termin wykonania zgodnie z harmonogramem realizacji kampanii informacyjno – promocyjnej (załącznik nr 1 do Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia).

Outdoor – plakaty B1/citylighty

- druk montaż/demontaż i zakup 100 szt. powierzchni reklamowej (citylighty) na przystankach krakowskiej komunikacji miejskiej z wykorzystaniem layoutu zaakceptowanego przez Zamawiającego oraz 500 szt. plakatów na tzw. „okrągłakach” na terenie miasta w szczególności w obrębie prowadzonej inwestycji (tj. osiedla Kurdwanów, Łagiewniki, Borek Fałęcki, Ruczaj – Dzielnice VII, XIII, IX);
- lokalizacje do wcześniejszego zaakceptowania przez Zamawiającego;
- czas ekspozycji min. 21 dni;
- reklama informująca o realizacji projektu i dofinansowaniu ze środków Funduszu Spójności w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 z wykorzystaniem zdjęć i logotypów.

Termin wykonania zgodnie z harmonogramem realizacji kampanii informacyjno – promocyjnej (załącznik nr 1 do Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia).

W ramach uzgodnień, w trakcie realizacji kampanii, przewidziano możliwość zmiany treści i formy materiałów promocyjnych, strategii i harmonogramu przy jednoczesnym, obowiązkowym ich uzgadnianiu przez strony przed ostatecznym oddaniem do

druku, publikacji czy montażu itp. We wszystkich elementach promocyjnych powinny znaleźć się motywy nawiązujące do charakteru realizowanego projektu.

III. ZAKRES ZAMÓWIENIA ORAZ UWAGI DODATKOWE:

1. Wykonanie wszystkich elementów przedmiotu zamówienia następuje po pisemnej akceptacji projektów przez Zamawiającego.
2. Wykonanie oraz dostawa przedmiotu zamówienia zgodnie z layoutem dostarczonym i zaakceptowanym przez Zamawiającego, na podstawie informacji przekazanych w zakresie realizacji i zakresu projektu.
3. Udzielenie 12 miesięcznej gwarancji na poszczególne elementy przedmiotu zamówienia.
4. Wykonanie wszystkich przedmiotów zamówienia oraz zleconych usług ze starannością wymaganą od podmiotów świadczących profesjonalnie tego rodzaju zlecenia.
5. Przeniesienia na Zamawiającego autorskich praw majątkowych do dzieła w zakresie korzystania i rozporządzania nim we wszystkich krajach na następujących polach eksploatacji:
 - utrwalenia i zwielokrotnienia techniką druku oraz wszystkimi innymi technikami w tym videograficzną, cyfrową i magnetyczną,
 - wprowadzenia do obrotu,
 - publicznego wykonania lub publicznego odtworzenia,
 - publicznego wystawienia,
 - publicznego wyświetlenia,
 - użyczenia i najmu egzemplarzy dzieła,
 - nadawania i reemitowania,
 - publicznego udostępnienia dzieła w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym.
6. Zezwolenie na wykorzystywanie dzieła do reklamy i promocji przedsięwzięć Zamawiającego i przeniesienie na Zamawiającego prawa do udzielania zezwolenia na wykonywanie autorskich praw zależnych do opracowań dzieła. Przeniesienie praw nastąpi bez ograniczenia czasowego i terytorialnego.
7. Uzyskania wszelkich wymaganych zgód i pozwoleń.
8. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia przedmiotowego postępowania jeżeli cena najkorzystniejszej oferty lub oferta z najniższą ceną przewyższy kwotę którą zamawiający zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia.
9. Zamawiający dopuszcza wykonanie przedmiotu zamówienia z zastosowaniem rozwiązań równoważnych, w przypadku w którym Zamawiający opisując przedmiot zamówienia użył znaków towarowych, norm, aprobat, specyfikacji technicznych i systemów odniesienia pod warunkiem ich sprawdzenia i pisemnego zatwierdzenia przez Zamawiającego.
10. Wykonawca zobowiązuje się do prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych kierowanych do opinii publicznej, informujących o finansowaniu realizacji projektu przez Unię Europejską zgodnie z wymogami, o których mowa w Karcie Wizualizacji Programu Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 oraz Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji.
11. Wykonawca zobowiązany jest składać w formie elektronicznej miesięczne sprawozdania z realizacji zakresu rzeczowego wraz z jednostkowymi kosztami zrealizowanych działań (do upływu 5 dni od końca danego miesiąca) oraz dowodami potwierdzającymi wykonanie elementu np. emisja i publikacja, przy czym ostatecznie sprawozdanie zostanie złożone nie później niż 30.11.2020 r., tj. w ostatnim dniu realizacji zamówienia.
12. Wykonawca jest zobowiązany do wszelkich korekt i poprawek przedstawionych projektów, zgodnie z wskazaniem Zamawiającego do momentu ostatecznej akceptacji przez Zamawiającego.
13. Cena podana w ofercie obejmuje wszystkie koszty realizacji zamówienia, w tym m.in. koszty korekt, zmiany terminów realizacji poszczególnych przedmiotów zamówienia, wartość przenoszonych praw autorskich oraz wynagrodzenie z tytułu ich przeniesienia. Cena musi być podana w złotych polskich z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
14. Zamawiający w przypadku udzieleniu zamówienia, na podstawie art. 67 ust. 1 pkt 6 ustawy PZP, przewiduje w okresie 3 lat od udzielenia zamówienia podstawowego, powtórzenie zamówienia polegające na zamówieniu podobnych usług.
15. Zamawiający przewiduje możliwość unieważnienia postępowania na podstawie art. 93 ust. 1a pkt 1 ustawy Pzp, w przypadku nieuzyskania przyznanych mu środków, które Zamawiający zamierzał przeznaczyć na sfinansowanie całości i/lub części zamówienia.

IV. OPIS KRYTERIÓW, KTÓRYMI ZAMAWIAJĄCY BĘDZIE SIĘ KIEROWAŁ PRZY WYBORZE OFERTY, WRAZ Z PODANIEM ZNACZENIA TYCH KRYTERIÓW I SPOSOBU OCENY OFERT.

Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający będzie kierował się następującymi kryteriami:

Lp.	Kryterium	Opis kryterium	Liczba punktów (waga)
1	Cena	100%	100 punktów

Zasady oceny kryterium "Cena" (C).

Kryterium "Cena" oferta otrzyma zaokrągloną do dwóch miejsc po przecinku ilość punktów wynikającą z działania:

$$P_i(C) = C_{\min}/C_i \cdot \text{Max}(C)$$

gdzie:

P _i (C)	ilość punktów jakie otrzyma oferta "i" za kryterium "Cena";
C _{min}	najniższa cena spośród wszystkich ważnych i nieodrzuconych ofert;
C _i	cena oferty "i";
Max(C)	maksymalna ilość punktów jakie może otrzymać oferta za kryterium "Cena".

Za najkorzystniejszą zostanie wybrana oferta, która zgodnie z powyższym kryterium oceny ofert uzyska najwyższą liczbę punktów spośród ofert nie podlegających odrzuceniu.

Jeżeli nie można wybrać najkorzystniejszej oferty z uwagi na to, że dwie lub więcej ofert przedstawia taki sam bilans ceny lub kosztu i innych kryteriów oceny ofert, zamawiający spośród tych ofert wybiera ofertę z najniższą ceną lub najniższym kosztem, a jeżeli zostały złożone oferty o takiej samej cenie lub koszcie, zamawiający wzywa wykonawców, którzy złożyli te oferty, do złożenia w terminie określonym przez zamawiającego ofert dodatkowych.

V. WIEDZA I DOŚWIADCZENIE:

Opis sposobu dokonania oceny spełniania warunku:

W przetargu mogą wziąć udział Wykonawcy, którzy na dzień składania ofert nie podlegają wykluczeniu z postępowania na mocy art. 24 ust. 1 i ust. 2 ustawy Prawo zamówień publicznych oraz spełniają warunki określone w art. 22 ust. 1 Pzp, a w szczególności wykażą, że:

- posiadają uprawnienia do wykonywania określonej działalności lub czynności, jeżeli przepisy prawa nakładają obowiązek ich posiadania.
- posiadają wiedzę i doświadczenie tj. w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie zrealizowali należycie co najmniej dwie usługi podobne do przedmiotu zamówienia o wartości **co najmniej 80.000,00 zł brutto każda**: obejmujące kampanię, wydarzenia o zasięgu minimum regionalnym w zakresie których były prowadzone działania informacyjne i/lub promocyjne m.in. w Internecie, prasie i telewizji oraz wyprodukowano jeden film informacyjno – promocyjny, którego emisja odbyła się w środkach masowego przekazu (np. telewizji, środkach komunikacji zbiorowej, internecie itd.).

W celu spełnienia przez Wykonawcę warunku, o którym mowa powyżej, Wykonawca zobowiązany jest przedłożyć wraz z ofertą:

- wykaz wykonanych usług z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których usługi zostały wykonane lub są wykonywane.
- dowody potwierdzające, że usługi (wykazane w wykazie, o którym mowa powyżej) zostały wykonane należycie. Dowodami potwierdzającymi czy usługi zostały wykonane należycie są: referencje bądź inne dokumenty wystawione przez podmiot, na rzecz którego usługi były wykonane, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych są wykonywane. W przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych nadal wykonywanych referencje bądź inne dokumenty potwierdzające ich należyte wykonanie powinny być wydane nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert, oświadczenie Wykonawcy, jeżeli z uzasadnionych przyczyn o obiektywnym charakterze Wykonawca nie jest w stanie uzyskać dokumentów, o których mowa powyżej. Jeśli Wykonawca składa oświadczenie, zobowiązany jest podać przyczyny braku możliwości uzyskania referencji.
- do oferty, należy dołączyć wizualizacje wcześniejszych, zrealizowanych kampanii informacyjno – promocyjnych, potwierdzających posiadane doświadczenie.

Załącznik nr 1 – Harmonogram realizacji działań