

Znak sprawy PN/1/2020

Załącznik nr 9

## OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

<b>1</b>	<b>WYKAZ SKRÓTÓW I DEFINICJI</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>TŁO PROJEKTU</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>OPIS PROJEKTU</b>	<b>4</b>
<b>4</b>	<b>CELE UMOWY</b>	<b>5</b>
4.1	Cele ogólne Umowy	5
4.2	Cele szczegółowe Umowy	5
<b>5</b>	<b>GRUPY DOCELOWE - INTERESARIUSZE</b>	<b>7</b>
<b>6</b>	<b>OBOWIĄZKI I ZADANIA WYKONAWCY</b>	<b>7</b>
6.1	Obowiązki i prawa Wykonawcy.	7
6.2	Raporty Wykonawcy	8
6.3	Dostarczanie i zatwierdzanie raportów. Zakres odpowiedzialności, zatwierdzanie i rozliczanie Wykonawcy przez Zamawiającego.	10
7.1	Zadania Wykonawcy prowadzone w formule obsługi stałej obejmować będą:	12
7.1.1	Prowadzenie biura PR Zamawiającego	12
7.1.2	Strategia Komunikacji Zewnętrznej	13
7.1.3	Komunikacja kryzysowa	13
7.1.4	Projekty graficzne – w ramach usługi stałej	13
7.1.5	Utrzymanie i aktualizacja strony internetowej i bloga Projektu	14
7.1.6	Prowadzenie profili w mediach społecznościowych	14
7.1.7	Dostępność kluczowych specjalistów	14
7.1.8	Koncepcja stoisk, opracowywanie kalendarza wydarzeń, magazynowanie materiałów i systemów wystawienniczych	14
7.1.9	Mediaplany	15
7.1.10	Rejestracja przebiegu budowy:	15
7.2	Zadania Wykonawcy prowadzone w formule obsługi doraźnej obejmować będą:	16
7.2.1	System Identyfikacji Wizualnej	16
7.2.2	Organizacja uroczystych konferencji, konferencji branżowej, briefingów i spotkań otwartych	16
7.2.3	Targi, konferencje, wystawy i udział w imprezach plenerowych	18
7.2.4	Organizacja imprezy plenerowej połączonej z otwarciem ścieżki edukacyjnej w przestrzeni miejskiej	20
7.2.5	Promocja Projektu- ATL, działania w sieci	21
7.2.6	Tablice informacyjne	22
7.2.7	Tablice pamiątkowe	23
7.2.8	Produkcja tabliczek i naklejek informacyjnych	23
7.2.9	Layout kampanii edukacyjnej	24
7.2.10	Przeprowadzenie warsztatów w placówkach oświatowych i w klubach seniora	24

7.2.11	Przeprowadzenie szkoleń dla nauczycieli	24
7.2.12	Badania opinii społecznej	25
7.2.13	Materiały promujące Projekt i wspierające kampanię edukacyjną	25
7.2.14	Projekt i wykonanie ścieżki edukacyjnej	25
7.2.15	Organizacja szkolenia dla pracowników Zamawiającego	26
7.2.16	Materiały drukowane	26
7.2.17	Materiały audiowizualne	26
7.2.18	Projekty graficzne – w ramach usługi doraźnej	28
7.2.19	Strona internetowa i blog Projektu	28

## 1 Wykaz skrótów i definicji

POIiŚ	Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko 2014-2020
NFOŚiGW	Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej
UE	Unia Europejska
PR	Public Relations
ZTPO	Zakład Termicznego Przekształcania Odpadów Komunalnych
SIWZ	Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia
OPZ	Opis Przedmiotu Zamówienia
Interesariusze	Główni adresaci działań informacyjnych, promocyjnych oraz edukacyjnych uwzględnieni przy realizacji Umowy, grupy opiniotwórcze mogące mieć wpływ na realizację projektu.
Fracja energetyczna (resztkowa)	Fracja odpadów komunalnych zagospodarowywana w ZTPO.
System gospodarki odpadami komunalnymi w gminie	Szereg procesów ujętych w ramach obowiązujących krajowych przepisów zaimplementowanych na poziom danej gminy, związanych ze zbieraniem, przetwarzaniem, nadzorem, unieszkodliwianiem i obrotem odpadami komunalnymi
Termiczne przekształcanie odpadów	Spalanie odpadów w instalacjach do tego przystosowanych
Projekt	Projekt pn. Budowa Zakładu Termicznego Przekształcania Odpadów Komunalnych w Gdańsku, dla którego podpisano umowę o dofinansowanie nr POIS.02.02.00-00-0029/16
Zamawiający	Oznacza Port Czystej Energii Sp. z o.o. (Spółka z wyłącznym udziałem Gminy Miasta Gdańska). Beneficjent, z którym została zawarta Umowa o Dofinansowanie.
Wykonawca	Osoba fizyczna, osoba prawna albo jednostka organizacyjna

	nieposiadająca osobowości prawnej, która ubiega się o udzielenie zamówienia publicznego, złożyła ofertę lub zawarła umowę w sprawie zamówienia publicznego
<b>Umowa</b>	Oznacza umowę pomiędzy Zamawiającym, a wybranym Wykonawcą, dla niniejszego postępowania
<b>Kontrakt</b>	Oznacza umowę na zaprojektowanie, wybudowanie i eksploatację ZTPO w Gdańsku
<b>Personel Wykonawcy</b>	Oznacza cały personel wykonawcy realizującego zadania wchodzące w skład niniejszej Umowy
<b>Personel Zamawiającego</b>	Oznacza wszystkich pracowników Zamawiającego oraz wszelki inny personel podany przez Zamawiającego do wiadomości Kierownika Zespołu
<b>Zespół Kluczowych Specjalistów</b>	Personel Wykonawcy dedykowany do realizacji Umowy i spełniający wymagania określone w SIWZ
<b>Kampania promocyjna</b>	Ogół skoordynowanych działań o charakterze informacyjnym podejmowanych przez Wykonawcę w celu promocji Projektu
<b>Kampania edukacyjna</b>	Ogół skoordynowanych działań, których nadrzędnym celem jest edukacja społeczeństwa w zakresie właściwego postępowania z odpadami i ochrony środowiska, w tym segregacji, odzysku, recyklingu, ze szczególnym uwzględnieniem odzysku energetycznego. Kampania ma na celu kształtowanie właściwych postaw społecznych wobec kwestii związanych z ochroną środowiska i postępowaniem z odpadami. Celem jest osiągnięcie efektu edukacyjnego poprzez informowanie, wyjaśnianie, skłanianie do aktywności, poruszanie trudnych tematów uwzględniających interes społeczny.

## 2 Tło projektu

Spalarnie odpadów stanowią niezbędne uzupełnienie gospodarki odpadami na całym świecie. Współczesny system gospodarki odpadami powinien uwzględniać odzysk energii, co jest istotne także z ekonomicznego punktu widzenia. Doświadczenie wielu regionów Europy pokazuje, że energia zawarta w dużej części odpadów jest z sukcesem wykorzystywana do produkcji energii elektrycznej i ciepła.

Celem realizacji Projektu pn. „Budowa Zakładu Termicznego Przekształcania Odpadów Komunalnych w Gdańsku” jest uzupełnienie systemu gospodarki odpadami komunalnymi w województwie pomorskim o nowoczesną instalację umożliwiającą termiczne przekształcanie odpadów komunalnych i produkcję energii elektrycznej i ciepła z Frakcji energetycznej. Tym samym zlikwidowany zostanie niedobór w aktualnie funkcjonującym systemie w zakresie termicznego przekształcania odpadów resztkowych w ilości do 160 000 Mg/rok z zapewnieniem odzysku energii poprzez pracę instalacji w kogeneracji.

Realizacja Projektu przyczyni się do rozwoju technicznej infrastruktury komunalnej i wypełnienia przez Polskę zobowiązań akcesyjnych, między innymi w zakresie spełnienia obowiązujących we wspólnocie standardów środowiskowych, co z kolei przełoży się na zmianę modelu wykorzystania obecnych zasobów środowiska.

W Unii Europejskiej produkcja ciepła i energii elektrycznej z odpadów ma status energii odnawialnej i czystej, ponieważ pozwala na zaoszczędzenie tradycyjnych kopalnych źródeł energii takich jak węgiel czy gaz, a stosowana technologia pozwala bardzo skutecznie kontrolować emisję i zawartość spalin. Spalanie odpadów powoduje, że mniej odpadów jest deponowanych na składowiskach, a co za tym idzie zapełniają się one dużo wolniej niż dotychczas.

Realizacja Projektu jest zatem ostatnim, brakującym ogniwem istniejącego systemu gospodarki odpadami komunalnymi w regionie pomorskim, umożliwiającym optymalizację jego efektywności.

## 3 Opis Projektu

7 maja 2018 r. Zamawiający podpisał umowę z Partnerem Prywatnym na zaprojektowanie, budowę i eksploatację ZTPO w Gdańsku.

Całkowita wartość Kontraktu wynosi: 1 195 464 781 PLN netto, w tym:

- Projektowanie - 9 999 900 PLN
- Budowa - 453 749 581,00 PLN
- Fundusz Odtworzeniowy - 104 766,00 PLN
- Cena kontraktowa za obsługę - 731 610 534,00 PLN

### Status obecny Projektu

Dnia 9 października 2019 r. Prezydent Miasta Gdańska wydał pozwolenie na budowę ZTPO. **Od decyzji tej wniesiono odwołanie, które nie zostało dotychczas rozpatrzone przez organ II instancji. 25 marca 2020 r. Decyzja o pozwoleniu na budowę uzyskała rygor natychmiastowej wykonalności, co umożliwi rozpoczęcie robót budowlanych ZTPO.**

Umowa o dofinansowanie w ramach działania 2.2 *Gospodarka odpadami komunalnymi, Oś priorytetowa II Ochrona środowiska, w tym adaptacja do zmian klimatu, Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko 2014-2020* została podpisana 25.04.2018 r.

1. planowany całkowity koszt realizacji Projektu - 624 101 595, 30 PLN (w tym VAT)
2. maksymalna kwota wydatków kwalifikowanych - 499 819 392, 00 PLN
3. planowane dofinansowanie ze środków UE – 270 696 804,81

W ramach Projektu planuje się zaprojektowanie oraz budowę Zakładu Termicznego Przekształcania Odpadów Komunalnych w Gdańsku, czyli instalacji do termicznego unieszkodliwiania Frakcji energetycznej, dzięki czemu nastąpi:

- spowolnienie procesu zapełniania składowisk odpadów w regionie poprzez spalanie znaczącej ich części,
- produkcja z odpadów komunalnych energii elektrycznej i ciepła, a tym samym oszczędność innych, kopalnych paliw takich jak węgiel i gaz,
- wzmocnienie proekologicznego efektu w ramach funkcjonowania regionalnej gospodarki odpadami (w myśl zasady: „spalanie zamiast składowania”),
- zwiększenie bezpieczeństwa dostaw ciepła i energii elektrycznej dla Trójmiasta.

Instalacja termicznego przekształcania odpadów będzie stanowiła uzupełnienie dla funkcjonujących i planowanych instalacji zgodnie z „Planem gospodarki odpadami dla województwa pomorskiego 2022” oraz przyjętym przez Ministra Środowiska planem inwestycyjnym. Celem tych działań jest zapewnienie wymaganej redukcji masy odpadów komunalnych unieszkodliwionych poprzez składowanie. Masa odpadów unieszkodliwionych poprzez składowanie nie może docelowo przekraczać 10% wytwarzanych odpadów komunalnych.

Zakres rzeczowy Projektu obejmuje budowę jednej linii do termicznego przekształcania Frakcji energetycznej o maksymalnym obciążeniu na poziomie 160 000 Mg/rok pochodzących docelowo z ok. 50 gmin.

## 4 Cele Umowy

### 4.1 Cele ogólne Umowy

Ogólnym celem działań informacyjno-promocyjnych i edukacyjnych jest wypełnienie obowiązków stawianych Projektom realizowanym ze środków unijnych w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020.

Wytyczne dla beneficjentów oraz pozostałe dokumenty dotyczące informacji i promocji projektów unijnych dostępne są na stronie [www.funduszeuropejskie.gov.pl](http://www.funduszeuropejskie.gov.pl).

#### Uwaga:

**W przypadku zmian zapisów powyższych dokumentów Wykonawca zobowiązany będzie do dostosowania działań informacyjno-promocyjnych do wymagań wg zasad obowiązujących w dniu świadczenia usług.**

### 4.2 Cele szczegółowe Umowy

**1) Głównym celem działań informacyjno-promocyjnych i edukacyjnych będzie:**

- a) przekazywanie interesariuszom Projektu, odbiorcom społecznym i szeroko rozumianemu otoczeniu zewnętrznemu informacji na temat Projektu w sposób rzetelny i komunikatywny dla poszczególnych grup docelowych,
- b) wzbudzanie zainteresowania tematyką przebiegu realizacji inwestycji,
- c) budowanie pozytywnego wizerunku inwestora i projektu,
- d) wyjaśnianie założeń i zasad działania Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020.

**2) Ponadto celem działań informacyjno-promocyjnych będzie też zwiększenie świadomości społeczeństwa w zakresie:**

- a) zakresu i wysokości współfinansowania Projektu z Funduszu Spójności,
- b) roli, jaką odgrywa Unia Europejska poprzez Fundusz Spójności, na rzecz przyczyniania się do zmniejszenia różnic społecznych i gospodarczych pomiędzy obywatelami Unii Europejskiej,
- c) działań Unii Europejskiej w zakresie ekologii i ochrony środowiska.

**Informacje o dofinansowaniu będą podawane w trakcie realizacji Projektu, przy okazji wszystkich działań informacyjnych i promocyjnych, jakie w związku z Projektem będą podejmowane.**

**3) Działania informacyjno-promujące będą prowadzone przez cały okres wdrażania Projektu ze szczególnym uwzględnieniem istotnych dat i etapów realizacji Projektu, np.:**

- a) fazy rozpoczęcia Projektu,
- b) podpisywania kontraktów na roboty/usługi/dostawy,
- c) rozpoczęcia robót/usług/dostaw i ich realizacji,
- d) fazy przejmowania robót/usług/dostaw,
- e) zakończenia Projektu.

**4) Działania edukacyjne mają na celu:**

- a) zwiększenie świadomości społeczeństwa w zakresie termicznego zagospodarowania odpadów w systemie gospodarki odpadami komunalnymi oraz pozytywnego wpływu tego typu działań na środowisko;
- b) dostarczanie wiedzy na temat właściwego i odpowiedzialnego postępowania z odpadami, w tym redukcji wytwarzanych odpadów, segregacji, recyklingu i przetwarzania;
- c) uwrażliwianie społeczeństwa na alternatywne źródła zasobów służących do wytwarzania ciepła i energii elektrycznej. Innymi słowy promowanie wykorzystywania odpadów komunalnych do ekologicznej i ekonomicznej produkcji ciepła w spalarni;
- d) kształtowanie kultury społeczeństwa recyklingu, nastawionego w całości na recykling;
- e) tworzenie nowych wzorców zachowań w zakresie korzystania z zasobów środowiska;
- f) kształtowanie prośrodowiskowych postaw, wartości i przekonań jednostek oraz grup społecznych, w tym wytwórców i posiadaczy odpadów;
- g) wyeliminowanie niekontrolowanego wprowadzania odpadów do środowiska;

- h) poprawy skuteczności selektywnej zbiórki poszczególnych frakcji odpadów, z uwzględnieniem frakcji przeznaczanej do termicznego przekształcenia.

## 5 Grupy docelowe - interesariusze

Głównymi adresatami działań informacyjnych, promocyjnych oraz edukacyjnych w ramach Umowy będą:

- ogół społeczeństwa zamieszkujący rejon obsługi Zakładu Termicznego Przekształcania Odpadów Komunalnych w Gdańsku,
- partnerzy społeczni i gospodarczy, w tym organizacje pozarządowe,
- media,
- wszyscy dostawcy frakcji energetycznej z odpadów do instalacji,
- organy administracji publicznej ze szczególnym uwzględnieniem jednostek samorządu terytorialnego, podmioty gospodarcze oraz organizacje pozarządowe, w tym ekologiczne.

## 6 Obowiązki i zadania Wykonawcy

Przedstawiony poniżej wykaz głównych zadań i obowiązków Wykonawcy nie wyklucza wykonywania innych obowiązków, czynności i zadań, które będą konieczne do prawidłowej realizacji Umowy.

### 6.1 Obowiązki i prawa Wykonawcy.

**Wykonawca w ramach obowiązków wynikających z Umowy zobowiązany jest między innymi:**

- a) bezwzględnie przestrzegać warunków Umowy,
- b) opracować i przedłożyć Zamawiającemu Strategię Komunikacji Zewnętrznej, Księgę Komunikacji Kryzysowej, plany komunikacji, Mediaplany i inne dokumenty opisane w niniejszym OPZ konieczne dla prowadzenia działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych, w tym w przypadkach sytuacji kryzysowych, z uwzględnieniem usług ujętych w ramach obsługi stałej Zamawiającego, a także z wykorzystaniem koniecznych usług doraźnych opisanych w niniejszej OPZ, przy czym wykonywanie usług doraźnych jest każdorazowo uzależnione od ich zlecenia przez Zamawiającego,
- c) opracowywać i przedkładać Zamawiającemu Raporty – Wstępny, Miesięczne i Końcowy z realizacji Umowy celem ich akceptacji, zgodnie z wymaganiami opisanymi w pkt 6 OPZ oraz w Umowie,
- d) przedkładać Zamawiającemu wszystkie projekty materiałów promocyjnych, scenariuszy i materiałów wizualnych, a także dokumentów związanych z realizacją działań informacyjno-promocyjnych i edukacyjnych celem ich akceptacji, w formie edytowalnej uzgodnionej z Zamawiającym,
- e) pozostawać w stałym i bieżącym kontakcie z Zamawiającym celem zasięgnięcia informacji o faktycznym postępie realizacji Projektu,
- f) Wykonawca może przenieść obowiązki własne na podwykonawców i delegować im uprawnienia, a także takie przeniesienie lub delegowanie uprawnień odwołać; przeniesienie, delegacja lub ich odwołanie może być dokonywane wyłącznie na piśmie i wymaga każdorazowo uzyskania pisemnej zgody Zamawiającego,
- g) nie korzystać przy wykonywaniu Umowy z jednorazowych plastikowych przedmiotów, w tym naczyń, w szczególności: butelek, talerzy, sztućców, kubeczków, mieszadełek, patyczków, słomek i pojemników na żywność i zastąpić je

odpowiednikami wielorazowego użytku lub jednorazowymi produktami ulegającymi kompostowaniu lub biodegradacji,

- h) wykorzystywać w miarę możliwości przy wykonywaniu Umowy, materiały, które pochodzą z recyklingu,
- i) przestrzegać zasad promocji stawianych projektem finansowanym w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020, opisanych m.in. w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji”.

## 6.2 Raporty Wykonawcy

**Wykonawca w ramach prowadzenia sprawozdawczości i raportowania procesu promocyjnego Projektu jest zobowiązany między innymi:**

- a) uwzględniać uprawnienie Zamawiającego do dokonywania zmian dotyczących formy, treści, rodzaju, zawartości bądź procedury i terminów przekazywania raportów w zakresie nieuregulowanym przez instytucje odpowiedzialne za nadzorowanie realizacji Projektu;
- b) przedłożyć jednorazowo Raport Wstępny w terminie 7 dni od podpisania Umowy, będący „raportem otwarcia”, a jego część merytoryczna powinna być sprawozdaniem Wykonawcy z planowanych własnych działań z opisem:
  - (i) harmonogramu pracy Wykonawcy na okres pierwszych 30 dni po podpisaniu Umowy wraz z opisem zadań – z pominięciem usług doraźnych,
  - (ii) metodyki wykonania usług, w tym w szczególności w zakresie monitoringu mediów (wybór narzędzia do monitoringu mediów ),
  - (iii) informacji o członkach Zespołu Kluczowych Specjalistów spełniających wymagania SIWZ,
  - (iv) organizacji pracy personelu z uwzględnieniem wymagań Zamawiającego o dostępności Specjalisty Kluczowego nr 1,
  - (v) organizacji współpracy i komunikowania się z Zamawiającym,
  - (vi) określenia procedur akceptacji materiałów i opracowań przez Zamawiającego,
  - (vii) określenia procedur przekazywania materiałów i produktów pomiędzy Wykonawcą i Zamawiającym,
  - (viii) wykazu materiałów/produktów koniecznych do przekazania Wykonawcy przez Zamawiającego (np. logotypy, hasła dostępu, wizualizacje, itp.),
  - (ix) wykazu materiałów/produktów przekazywanych Zamawiającemu przez Wykonawcę (np. roll-upy, ścianki wystawiennicze, itp.).
- c) Przedkładać Raporty Miesięczne, składające się z części I, zawierającej opis postępu realizowanych działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych, będący ich podsumowaniem z określeniem stopnia i zakresu ich oddziaływania w zakończonym okresie sprawozdawczym oraz z części II, prezentującej szczegółowy harmonogram proponowanych przez Wykonawcę działań na kolejny okres sprawozdawczy - w terminie do 7 dnia (lub kolejnego następującego po nim dnia roboczego) kolejnego okresu sprawozdawczego, zawierającego w szczególności:

### w części I:

- (i) szczegółowy wykaz usług stałych i doraźnych wykonanych podczas zakońzonego okresu sprawozdawczego, w tym zleconych przez Zamawiającego w formie pisemnej (tj. zleconych w innej formie niż poprzez akceptację Raportu Miesięcznego/cz. II Raportu Miesięcznego),



- (ii) wykaz zaakceptowanych przez Zamawiającego podczas zakończonego okresu sprawozdawczego materiałów, np. plików graficznych, filmów, zdjęć, które to materiały winny być dołączane do Raportu Miesięcznego na nośniku elektronicznym,
- (iii) raport z działań Wykonawcy adresowanych do mediów podczas zakończonego okresu sprawozdawczego,
- (iv) raport z prowadzonego monitoringu mediów wraz z rekomendacjami dla Zamawiającego – za zakończony okres sprawozdawczy,
- (v) informacje o zakresie odbytych spotkań i wizji na Placu Budowy ZTPO w zakończonym okresie sprawozdawczym,
- (vi) analizę zgodności działań Wykonawcy podjętych w zakończonym okresie sprawozdawczym z dokumentami strategicznymi przygotowanymi przez Wykonawcę w ramach wykonywania niniejszej Umowy (w szczególności ze Strategią Komunikacji Zewnętrznej),
- (vii) analizę zgodności działań Wykonawcy w zakończonym okresie sprawozdawczym z Mediaplanem – zestawienie zakupionych mediów i wskazanie osiągniętych zasięgów w ujęciu szczegółowym,
- (viii) informacje o osiągniętych statystykach stron www i kanałów w mediach społecznościowych – za okres sprawozdawczy,
- (ix) informacje o napotkanych problemach oraz podjętych działaniach prewencyjnych i środkach zaradczych zwłaszcza w sprawach mogących wpłynąć na negatywny wizerunek Projektu, przygotowanie rekomendacji dot. działań prewencyjnych i zaradczych,
- (x) informacje o przeprowadzonych w zakończonym okresie sprawozdawczym kontaktach z adresatami działań informacyjno-promocyjnych i edukacyjnych w tym z samorządami i społeczeństwem (jeżeli dotyczy),

#### **w części II:**

- (xi) harmonogram działań na kolejny okres sprawozdawczy – zgodnie z przyjętą Strategią Komunikacji Zewnętrznej, Mediaplanem i ewentualnie Księgą Komunikacji Kryzysowej ze wskazaniem rekomendowanych usług doraźnych do wykonania w kolejnym okresie sprawozdawczym lub, w uzasadnionych przypadkach, w kolejnych okresach sprawozdawczych,
- (xii) plan komunikacji w mediach społecznościowych na kolejny miesiąc następujący po okresie sprawozdawczym, wraz z informacją o planowanych wpisach,
- (xiii) działania zaplanowane do realizacji w nadchodzącym okresie sprawozdawczym zgodnie z Mediaplanem – planowane do zakupu media wraz z opisem planowanych kampanii medialnych,
- (xiv) informacje o planowanych kontaktach z adresatami działań informacyjno-promocyjnych i edukacyjnych w tym z samorządami i społeczeństwem (jeżeli dotyczy),
  - Za początek okresu raportowania należy uznać datę podpisania Umowy. Pierwszy raport obejmować będzie zakres od momentu podpisania umowy do zakończenia pierwszego pełnego miesiąca kalendarzowego.
  - Określone w harmonogramie, o którym mowa w pkt (xi) powyżej usługi doraźne, uważa się za zlecone Wykonawcy w ramach wykonywania niniejszej Umowy po zatwierdzeniu Raportu Miesięcznego (w stosownych przypadkach cz. II Raportu Miesięcznego) przez Zamawiającego na zasadach określonych w pkt 6.3 OPZ.

- W harmonogramach, o których mowa w pkt (xi), w przypadku usług doraźnych, których świadczenie wymaga podjęcia przez Wykonawcę działań przygotowawczych z wyprzedzeniem czasowym dłuższym niż 1 okres sprawozdawczy, a które w szczególności zostały ujęte w zaakceptowanej przez Zamawiającego Strategii Komunikacji Zewnętrznej i Mediaplanie w uzasadnionych przypadkach, możliwe jest ujęcie usług z katalogu usług doraźnych, które mają być świadczone w dalszych niż kolejno następujący okresach sprawozdawczych.
  - Usługi doraźne w zakresie ilości maksymalnych określonych w niniejszym OPZ mogą być zlecone przez Zamawiającego w formie pisemnej lub za pośrednictwem poczty e-mail, niezależnie od propozycji Wykonawcy przedstawionych w Strategii Komunikacji Zewnętrznej oraz Raportach Miesięcznych w każdym czasie w okresie obowiązywania Umowy ze stosownym wyprzedzeniem koniecznym dla ich wykonania. Wykonawca zlecone przez Zamawiającego w tym trybie usługi doraźne wykona w terminie wskazanym w niniejszej OPZ lub, w przypadku braku określenia terminu w niniejszej OPZ, w terminie ustalonym przez Strony Umowy. Usługi doraźne zlecone przez Zamawiającego w tym trybie należy każdorazowo uwzględnić w części I odpowiedniego Raportu Miesięcznego dotyczącego okresu sprawozdawczego, w którym zostały wykonane.
- d)** Przedłożyć **Raport Końcowy** dla niniejszej Umowy nie później niż 21 dni przed terminem zakończenia Umowy, który będzie prezentacją i kompleksowym podsumowaniem działań Wykonawcy w zakresie rzeczowym i końcowym rozliczeniem finansów oraz wyników zakresu i stopnia oddziaływania promocji i edukacji w ramach Projektu w formie badania opinii publicznej, przeprowadzonego na reprezentatywnych grupach społecznych, do których były te działania kierowane. Raport Końcowy winien zawierać także: wykaz wszystkich materiałów/produktów przekazywanych przez Wykonawcę Zamawiającemu w okresie obowiązywania Umowy (np. elementy stoiska wystawienniczego, pozostałe materiały poligraficzne, itp.), oświadczenie o demontażu i utylizacji tablic informacyjnych, potwierdzenie demontażu kamer, oświadczenie o przeniesieniu prawa własności w zakresie koniecznym dla realizacji Umowy.

### **6.3 Dostarczanie i zatwierdzanie raportów. Zakres odpowiedzialności, zatwierdzanie i rozliczanie Wykonawcy przez Zamawiającego.**

- a)** Wszystkie raporty przedkładane Zamawiającemu powinny zawierać informacje o współfinansowaniu projektu, zgodnie z wytycznymi dla projektów finansowanych z Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014- 2020,
- b)** Wszystkie raporty powinny być dostarczone do Zamawiającego w 2 egzemplarzach, w języku polskim (wydruk komputerowy), jak również w 2 egzemplarzach w wersji elektronicznej.
- c)** Raporty Miesięczne (a także, w stosownych przypadkach, część I i część II Raportu Miesięcznego osobno) i Raport Końcowy winny być zatwierdzane przez Zamawiającego, w zakresie zgodności rachunkowej oraz pod względem prawidłowości merytorycznej w terminie 7 dni od ich otrzymania. Zamawiający powiadomi Wykonawcę o zatwierdzeniu lub odrzuceniu otrzymanych Raportów z podaniem przyczyn ich odrzucenia.

- d)** Zamawiający może zezwolić Wykonawcy na przedłożenie do akceptacji części I i części II Raportu Miesięcznego jako odrębnych dokumentów, jednakże każdorazowo nie później niż w terminie opisanym w pkt 2 lit. c powyżej. W przypadku rozdzielenia Raportu Miesięcznego i przedłożenia go jako dwóch odrębnych dokumentów do każdej z części osobno zastosowanie znajduje lit. c powyżej.
- e)** Raporty Miesięczne lub ich poszczególne części przedłożone jako odrębne dokumenty po akceptacji przez Zamawiającego będą dawać formalne podstawy dla płatności za usługi stałe oraz za usługi doraźne wykonane w danym okresie rozliczeniowym przez Wykonawcę.
- f)** Zamawiający zastrzega sobie prawo żądania przygotowania dodatkowych raportów przez Wykonawcę w przypadku zaistnienia takiej konieczności.
- g)** Zamawiający może wydać polecenie dokonania zmiany i/lub dostosowania wzorów raportów odpowiednio do swoich wymagań Zamawiającego i/lub instytucji zarządzających i/lub uczestniczących w procesie realizacji Projektu.

## 7 SZCZEGÓŁOWY OPIS ZADAŃ WYKONAWCY

### 7.1 Zadania Wykonawcy prowadzone w formule obsługi stałej obejmować będą:

#### 7.1.1 Prowadzenie biura PR Zamawiającego

Zadanie to będzie obejmować utworzenie oraz zapewnienie funkcjonowania nowoczesnego, działającego 24h na dobę, wirtualnego Biura Informacyjnego Projektu. Do podstawowych obowiązków biura należeć będzie współpraca z mediami w zakresie ich bieżącego informowania o postępach w realizacji Projektu, dotarcie o każdej porze z informacjami do szerokiego grona medialnych odbiorców.

#### Szczegółowe działania:

1. **Monitoring mediów i sporządzanie raportów** - prowadzenie całodobowego monitoringu mediów z wykorzystaniem zaawansowanych narzędzi dla zestawu kluczowych dla projektu haseł, codzienna analiza przez Wykonawcę przekazów mediowych. Bieżące informowanie Zamawiającego o odnotowanych informacjach na temat Projektu lub z nim związanych oraz o szansach i zagrożeniach dla Projektu wynikających z analizy treści przekazów mediowych; pełna dostępność narzędzia (online) dla Zamawiającego; codzienny, przez 7 dni w tygodniu, bieżący monitoring mediów krajowych uruchomiony nie później niż 7 dni od podpisania Umowy i prowadzony nieprzerwanie do końca obowiązywania Umowy; monitoring powinien obejmować następujący zakres: prasa drukowana ogólnopolska, regionalna i branżowa; Internet, w tym social media oraz ogólnopolskie i regionalne radio i telewizja pod kątem wskazanych przez Zamawiającego 10 haseł. **W ramach usługi Zamawiający oczekuje, że zostaną spełnione następujące kryteria:**
  - a) wyszukane informacje, zgodnie z ustalonymi z Zamawiającym hasłami, zamieszczane będą na dedykowanej internetowej platformie informacyjnej (chronionej przed niepowołanym i publicznym dostępem) umożliwiającej w dostępie online weryfikację e-wycinków za pomocą podglądu informacji w wersji graficznej i w postaci tekstu,
  - b) Wykonawca będzie przysyłał drogą elektroniczną, na imienne konta osób wskazanych przez Zamawiającego, codziennie aktualne powiadomienia o aktualnościach w monitoringu mediów,
  - c) przekazy zamieszczane na platformie internetowej muszą być wylistowane chronologicznie i powinny zawierać dokładną datę i źródło publikacji,
  - d) platforma musi m.in.: zawierać wycinki bieżące i archiwalne, dostępne dla Zamawiającego przez 24 godziny na dobę przez cały okres obowiązywania umowy, oraz pozwalać użytkownikom na wyszukiwanie materiałów, katalogowanie oraz grupowanie informacji za pomocą różnorodnych kryteriów, m.in. wg: tematu/zagadnienia/hasła; tytułu artykułu; autora/autorów; rodzaju mediów; daty; źródła; platforma musi także pozwalać użytkownikom na ocenę zasięgu oraz ocenę wydźwięku publikowanego materiału, na ustalenie wartości ekwiwalentu reklamowego, na generowanie miesięcznych raportów w ujęciu ilościowym, na wydrukowanie wszystkich materiałów w skali 1:1; na zapisywanie wybranych informacji w plikach.
  - e) przygotowanie raportu rocznego oraz raportów miesięcznych z monitoringu mediów wraz z rekomendacjami dla Zamawiającego,
2. prowadzenie i uaktualnianie raz w roku bazy teleadresowej (zgodnie z wymaganiami RODO) wszystkich podmiotów, do których będą kierowane przesyłane wiadomości,
3. bieżące reagowanie na potrzeby i zapytania mediów;
4. bieżące zainteresowanie mediów problematyką Projektu, w tym aranżowanie wywiadów z przedstawicielami Zamawiającego;
5. tworzenie press realese – minimum 12 na rok;

6. wdrożenie w terminie 30 dni od podpisania Umowy i prowadzenie nowoczesnego wirtualnego biura prasowego do zarządzania komunikacją z dziennikarzami 24h/dobę, w tym:
  - a) przygotowanie, aktualizacja i dystrybucja bieżących materiałów prasowych oraz ich raportowanie;
  - b) zamieszczanie na platformie materiałów backgroundowych – logotypy i oznaczenia Projektu, pakiet ilustracji i fotografii, materiały filmowe itp.;
  - c) prowadzenie serwisu fotograficznego: wykonanie, ewidencjonowanie i udostępnianie co najmniej 10 fotografii w ciągu każdego miesiąca realizacji inwestycji, wytworzonych w formacie i jakości odpowiedniej do druku.
7. doradztwo strategiczne dotyczące komunikacji Projektu – prowadzenie konsultingu mediowego;
8. monitorowanie rynku konferencji branżowych i konferencji dotyczących projektów unijnych oraz przedstawianie Wykonawcy minimum kwartalnych harmonogramów wraz z rekomendacjami dot. uczestnictwa – pierwszy ww. harmonogram powinien być przedstawiony w terminie 60 dni;
9. raportowanie wykonanych działań Wykonawcy adresowanych do mediów oraz ich przedkładanie Zamawiającemu w ramach comiesięcznego raportu Wykonawcy.

### **7.1.2 Strategia Komunikacji Zewnętrznej**

Zadanie będzie polegało na opracowaniu w ciągu 30 dni od momentu podpisania Umowy, dokumentu Strategii Komunikacji Zewnętrznej na kolejne 12 miesięcy wykonywania Zamówienia przez Wykonawcę, wdrożenie strategii i jej ewaluacja po upływie okresu, na który została opracowana w celu przygotowania strategii na dalszy okres współpracy z uwzględnieniem wniosków z dotychczasowych działań. Opracowana strategia zawierać będzie m.in.: analizę wstępną, sformułowane cele strategii, określenie grup docelowych, określenie narzędzi do realizacji działań, zaplanowanie działań promocyjnych, informacyjnych oraz edukacyjnych, a także strategii komunikacji Projektu w mediach społecznościowych, harmonogram realizacji opisanych działań (w zakresie usług stałych i usług doraźnych), plan badania rezultatów działań przeprowadzonych w ramach strategii. Do ustalenia strategii komunikacji zewnętrznej Wykonawca nie może uwzględnić większej ilości poszczególnych usług doraźnych niż ilości maksymalne przewidziane dla poszczególnych usług doraźnych określonych w rozdz. 7.2 OPZ. Akceptacja przez Zamawiającego Strategii Komunikacji Zewnętrznej na kolejne 12 miesięcy nie stanowi zlecenia usług doraźnych ujętych w tym dokumencie i odbywa się z zastosowaniem procedury opisanej w rozdz 6.3 OPZ.

### **7.1.3 Komunikacja kryzysowa**

Zadanie będzie polegało na opracowaniu, w ciągu 50 dni od podpisania Umowy, dokumentu w postaci Księgi Komunikacji Kryzysowej identyfikującej potencjalne źródła kryzysu, zawierającej scenariusze kryzysowe, a także propozycje sposobów zarządzania nimi i prowadzenia komunikacji (procedury, instrukcje, materiały komunikacyjne, karty kryzysowe). Ewaluacja dokumentu, w okresie trwania Umowy, w przypadku pojawienia się nowych potencjalnych źródeł kryzysu. Realizacja tego zadania zakłada także prowadzenie działań informacyjnych w sytuacjach kryzysowych, zgodnie z przygotowaną i zaakceptowaną Księgą Komunikacji Kryzysowej lub zgodnie z bieżącymi potrzebami Zamawiającego. Do akceptacji przez Zamawiającego Księgi Komunikacji Kryzysowej stosuje się zasady opisane w pkt 6.3 OPZ.

### **7.1.4 Projekty graficzne – w ramach usługi stałej**

1. Zadanie polega na wykonaniu wszystkich koniecznych projektów graficznych realizowanych na potrzeby działań opisanych w SIWZ (w ramach usług stałych i doraźnych) m.in. kampanii, wydarzeń, obsługi mediów społecznościowych, druków itp., niezbędnych do kompleksowego, profesjonalnego i należytego wykonania zaplanowanych działań.

2. Przygotowaniu prezentacji w formacie „ppt.” lub „prezi” na temat inwestycji i bieżącej ich aktualizacji, na potrzeby realizowanych działań informacyjno-edukacyjnych.

### **7.1.5 Utrzymanie i aktualizacja strony internetowej i bloga Projektu- w ramach usługi stałej**

1. **WWW** - w zakresie obsługi strony internetowej do obowiązków Wykonawcy będzie należało utrzymanie i bieżąca aktualizacja strony www Zamawiającego i/lub Projektu w całym okresie trwania Umowy.
2. **Blog** - aktualizowany co najmniej raz w miesiącu o nowe treści, ma promować inwestycję oraz ideę gospodarki o obiegu zamkniętym, pozwalając tym samym zbudować pozytywną opinię o działalności Zakładu Termicznego Przetwarzania Odpadów Komunalnych w Gdańsku. Aktywna komunikacja na blogu rozpocznie się po wykonaniu bloga w ramach usługi doraźnej opisanej w pkt. 7.2.19

### **7.1.6 Prowadzenie profili w mediach społecznościowych (3 profile – np. Facebook, LinkedIn, YouTube).**

Do zadań Wykonawcy będzie należeć opracowanie strategii obecności Projektu w mediach społecznościowych w ramach Strategii Komunikacji Zewnętrznej (pkt. 7.1.2), założenie profili spółki na portalu Facebook i LinkedIn w terminie do 60 dni od daty podpisania Umowy, a w portalu YouTube w momencie upublicznienia pierwszego materiału audiowizualnego (materiały, o których mowa w pkt. 7.2.17 OPZ), prowadzenie aktywnej komunikacji w całym okresie trwania Umowy, bieżący monitoring profili, administrowanie i niezwłoczne reagowanie na wpisy. Komunikacja na profilach odbywać się będzie w oparciu o zatwierdzany przez Zamawiającego plan komunikacji sporządzany w cyklach co najmniej miesięcznych, zawierający harmonogram zamieszczanych wpisów, ich treść, grafiki wykorzystywane w komunikacji, linki, udostępnienia bądź inne aktywności prowadzone na profilach. Częstotliwość wpisów ustala się na minimum 2 razy w tygodniu dla portalu Facebook, 2 razy w miesiącu dla portalu LinkedIn oraz w momencie upublicznienia materiałów audiowizualnych dla portalu YouTube .

### **7.1.7 Dostępność kluczowych specjalistów**

Wykonawca zapewni dostępność specjalisty kluczowego nr 1 w miejscu realizacji Projektu i w siedzibie Zamawiającego, minimum 2 dni w tygodniu, w ciągu godzin pracy Zamawiającego, w dni robocze, przy czym Zamawiający oczekuje, że stawi się on w jego siedzibie w innych dniach, w przypadkach wynikających z bieżących potrzeb. Zamawiający rozstrzyga, czy wystarczająca jest tylko obecność w siedzibie specjalisty kluczowego nr 1, czy również specjalisty nr 2. Wykonawca zapewni specjalistom odpowiednie wyposażenie techniczne umożliwiające wypełnienia ich obowiązków wynikających z Umowy.

Nie przewiduje się zakupu sprzętu i wyposażenia w imieniu Zamawiającego, jako części tej Umowy lub przekazywania go Zamawiającemu na końcu tej Umowy.

Wszelkie koszty dojazdu i pobytu personelu wykonawcy w siedzibie Zamawiającego lub w innych miejscach wykonywania obowiązków z Umowy ponoszone są przez Wykonawcę.

### **7.1.8 Koncepcja stoisk, opracowywanie kalendarza wydarzeń, magazynowanie materiałów i systemów wystawienniczych**

1. **stworzenie koncepcji stoisk** – opracowanie koncepcji stoisk (zewnętrznego i wewnętrznego) wraz z wizualizacją w terminie do 60 dni od podpisania umowy, elementy stoiska w miarę możliwości powinny pochodzić z recyklingu lub nadawać się do recyklingu. Zaprojektowane stoiska powinny być zgodne z ideą lub w oparciu o motyw przewodni „gospodarki obiegu zamkniętego”, koncepcja zawierająca opis aranżacji ekspozycji, liczbę

oraz charakter materiałów ekspozycyjnych, ewentualne aktywności (call to action) prowadzone na stoisku,

2. **stworzenie kalendarza wydarzeń** - przedstawienie Zamawiającemu do akceptacji, w ramach Strategii Komunikacji Zewnętrznej, kalendarza rekomendowanych wydarzeń, w trakcie których Wykonawca będzie prowadził działania informacyjno-edukacyjne,
3. **zapewnienie powierzchni magazynowej**, w promieniu 30 km od siedziby Zamawiającego, gwarantującej bezpieczne przechowywanie wszystkich materiałów informacyjno-promocyjnych, elementów stoiska, materiałów drukowanych wyprodukowanych na potrzeby prowadzenia działań. Wykonawca odpowiada za stan elementów stoiska przez cały okres trwania umowy i zobowiązany będzie do ich renowacji w sytuacji uszkodzenia lub zniszczenia.

**Treści generowane na stoiskach mają zwiększyć poziom zainteresowania Projektem, ukazać korzyści płynące z jego realizacji, pokazać udział UE w realizacji Projektu, promować hierarchie postępowania z odpadami i właściwe postępowanie z odpadami zgodnie z ideą „gospodarki obiegu zamkniętego”.**

### 7.1.9 Mediaplany

Zadanie polega na opracowaniu i przedkładaniu Zamawiającemu z wyprzedzeniem (w okresie obowiązywania Umowy co 12 miesięcy, pierwszy w terminie 50 dni od zawarcia umowy) rocznego Medioplanu dot. promocji Projektu w ramach zaplanowanych mediów (opisanych w pkt 7.2.5). Medioplan uwzględniać powinien: aspekty związane z ceną, częstotliwością, grupą docelową i zasięgiem zaplanowanych mediów. Po akceptacji Medioplanów przez Zamawiającego, Wykonawca będzie realizował wykup powierzchni i/lub nośników reklamowych oraz będzie prowadził pełen nadzór nad realizacją planowanych kampanii na zasadach opisanych w pkt 7.2.5 OPZ. Do akceptacji przez Zamawiającego Medioplanów stosuje się zasady opisane w pkt 6.3 OPZ.

### 7.1.10 Rejestracja przebiegu budowy

Zadanie polega na nagrywaniu materiału źródłowego (poprzez kamery Wykonawcy zamontowane na stałe na placu budowy dokumentujące postęp prac) w formatach umożliwiających dalszą edycję, emisję w telewizji oraz produkcję materiałów audiowizualnych opisanych w pkt 7.2.17.

Wykonawca we własnym zakresie zamontuje dwa urządzenia rejestrujące przebieg budowy (ogólne ujęcia na plac budowy z dwóch stron), aby można było przygotować materiał filmowy umożliwiający wykorzystanie w filmach pokazujących realizację budowy w przyspieszonym tempie (tzw. „time laps”). Termin posadowienia kamer zostanie ustalony z Zamawiającym, a będzie wynikać z harmonogramu prac budowlanych. Zamawiający zakłada, że usługa montażu kamer nie nastąpi szybciej niż w styczniu 2021 r. Miejsce pod montaż kamer i zasilanie zostanie zapewnione przez Zamawiającego. Pozostałe elementy infrastruktury wraz z montażem oraz zapewnienie transmisji, zapisu i przechowywania materiału zapewni Wykonawca, po uzgodnieniu z Zamawiającym.

Najważniejsze, minimalne parametry techniczne :

- wielkość pojedynczej klatki 12 MP
- zapis video w rozdzielczości 4K
- codzienny backup materiału na co najmniej dwóch zewnętrznych serwerach
- odporność kamery na warunki atmosferyczne i kurz
- podgląd online do ostatnio wykonanych zdjęć dla co najmniej 3 użytkowników wskazanych przez Zamawiającego
- maksymalny dopuszczalny przestój z powodów ewentualnych awarii w zdjęciach 24h

Po zakończonej budowie Wykonawca zobowiązany jest zdemontować urządzenia.

## 7.2 Zadania Wykonawcy prowadzone w formule obsługi doraźnej obejmować będą:

### 7.2.1 System Identyfikacji Wizualnej

Zadanie będzie polegało na aktualizacji (zgodnie z Podręcznikiem wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji - dla umów podpisanych od 1 stycznia 2018 r.) obecnie obowiązującej księgi znaku projektu wraz z jej rozbudową o kolejne wzorce niezbędne do prowadzenia działań promocyjno-informacyjnych, których nie obejmuje obecna księga znaku, w tym elementy związane z identyfikacją budynku (logo zewnętrzne, tablice elewacyjne, tabliczki wewnętrzne informacyjne, flaga, totem) oraz inne (niewymienione powyżej), ale wynikające z opisu działań zawartych w niniejszej OPZ.

### 7.2.2 Organizacja uroczystych konferencji, konferencji branżowej, briefingów i spotkań otwartych

Zadanie to będzie polegało na zaplanowaniu, pełnej organizacji i przeprowadzeniu: konferencji prasowych i/lub briefingów prasowych, konferencji okolicznościowych, konferencji branżowej, spotkań z interesariuszami - związanych z realizacją Projektu, ze szczególnym naciskiem na tworzenie atrakcyjnych koncepcji tematów i oprawy konferencji, tak by uwaga mediów lub uczestników przyciągana była skutecznie i owocowała dużą liczbą pozytywnych, merytorycznych relacji prasowych/mediałnych. Terminy i ilości poszczególnych wydarzeń szczegółowo ustalane będą z Zamawiającym w związku z bieżącymi potrzebami w zakresie komunikacji zewnętrznej.

Przez określenie **mała konferencja okolicznościowa Zamawiający** rozumie: spotkanie dla maks. 50 osób (najważniejsze grupy interesariuszy), połączone z cateringiem, trwające do 2 godzin. Przez określenie **duża konferencja branżowa Zamawiający** rozumie: spotkanie dla maks. 100 osób (najważniejsze grupy interesariuszy i branży związanej z termicznym przekształcaniem odpadów komunalnych), połączone z cateringiem i noclegami dla uczestników trwające 2 dni.

Przy organizowanych Wydarzeniach, Wykonawca zobowiązuje się do niekorzystania z jednorazowych plastikowych przedmiotów w tym naczyń i wykorzystywania w miarę możliwości materiałów, które pochodzą z recyklingu. Zamawiający przewiduje od Wykonawcy realizacji w szczególności:

1. Nie więcej niż dwóch **małych konferencji okolicznościowych np.** rozpoczęcie budowy/„wbicie łopaty” oraz montaż walczaka/ „Chrzest Walczaka”. W ramach małych konferencji okolicznościowych Wykonawca dokona kompleksowej organizacji przedsięwzięcia, w szczególności:
  - przygotuje na oba wydarzenia zadane stanowiska: do wmurowania kamienia węgielnego/aktu erekcyjnego w związku z rozpoczęciem budowy oraz w związku z montażem walczaka
  - każdorazowo zabezpieczy namiot w którym zmieści się maks. 50 zaproszonych osób plus 10 osób z mediów oraz będzie oddzielnie wydzielona część cateringowa ze stolikami koktajlowymi,
  - zapewni na każde wydarzenie: a. nagłośnienie, b. urządzenie audiowizualne (telewizor 80 cali na stojaku lub monitor z rzutnikiem),
  - zapewni na każde wydarzenia przygotowanie, produkcję i dystrybucję elektronicznych zaproszeń do wszystkich mediów lokalnych oraz redakcji mediów branżowych,
  - zapewni na każde wydarzenia przygotowanie, produkcję, dystrybucję elektronicznych zaproszeń do wszystkich wybranych wspólnie z Zamawiającym gości oraz weźmie czynny udział w zebraniu potwierdzeń dot. przybycia gości,
  - zaprojektuje i wyprodukuje tubę erekcyjną (stal z wygrawerowanym logo projektu),
  - przygotuje projekt i wyprodukuje akt erekcyjny,



- przygotuje projekt i wyprodukuje dwie kielnie (z wygrawerowanym logo projektu),
- zaplanuje i po akceptacji Zamawiającego wyprodukuje na potrzeby obu uroczystości małe upominki dla gości związane z ideą „gospodarki obiegu zamkniętego” lub z samym projektem spalarni (wartość każdego z upominków minimum 30 zł za sztukę),
- każdorazowo przygotuje, zapewni produkcję i dystrybucję materiałów konferencyjnych,
- każdorazowo przygotuje wystrój i oznakowanie miejsca prowadzenia konferencji poprzez ustawienie min. dwóch roll-upów, ścianki wystawienniczej oraz dwóch tablic informacyjno-kierunkowych,
- przygotuje prezentację w formacie „ppt.” lub „prezi” na potrzeby obu wydarzeń,
- sporządzi dokumentację fotograficzną z obu konferencji,
- udostępni materiały pokonferencyjne w dziale „press” internetowej witryny projektu po obu konferencjach,
- zamieści notatki z konferencji prasowych w dziale „news” internetowej witryny projektu,
- umieści fotografie z konferencji w dziale „galeria” internetowej witryny projektu,
- obowiązkiem Wykonawcy jest również zapewnienie cateringu dla obu konferencji dla min. 50 osób – w formie bufetu kawowego (kawa, herbata, soki, woda) z szampanem oraz drobnym poczęstunkiem (ciastka, owoce). Wykonawca proponuje do wyboru 2 listy menu.

Zamawiający zleci wykonanie tej usługi z min. wyprzedzeniem 1 miesiąca.

## **2. 1 dużej konferencji branżowej: na zakończenie projektu**

Wykonawca zorganizuje dwudniową konferencję branżową i będzie odpowiedzialny za koordynację całości wydarzenia. Wydarzenie będzie podzielone na część merytoryczną (prelekcje, zwiedzanie instalacji, zwiedzanie ścieżki edukacyjnej) oraz część cateringową. Przewidziany udział zaproszonych przez Zamawiającego gości to maks. 100 osób. W zakres obowiązków Wykonawcy wchodzi kompleksowa organizacja tego wydarzenia, w szczególności:

- zaproponowanie Zamawiającemu programu konferencji promującej Projekt, jako elementu GOZ (gospodarki o obiegu zamkniętym) domykający system gospodarki odpadami komunalnymi w Gdańsku, jak i w ujęciu metropolitalnym,
- opracowanie listy gości i prelegentów,
- przygotowanie, produkcja i dystrybucja elektronicznych zaproszeń do wszystkich mediów lokalnych oraz redakcji mediów branżowych,
- przygotowanie, produkcja, dystrybucja elektronicznych zaproszeń do wszystkich wybranych wspólnie z Zamawiającym gości oraz czynny udział w zebraniu potwierdzeń dot. przybycia gości,
- wynajem sali konferencyjnej na potrzeby konferencji oraz oddzielnej strefy na potrzeby cateringu (stoliki bankietowe) w hotelu o standardzie minimum 3 gwiazdek lub w centrum wystawienniczym. Miejsce konferencji powinno być dobrze skomunikowane (przystanki komunikacji miejskiej w odległości nie dalszej niż 500 metrów) i powinno posiadać parking dla wszystkich uczestników konferencji. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do wyboru co najmniej dwie propozycje miejsca, w którym odbywać się będzie konferencja.
- zapewnienie podestu scenicznego 20 m<sup>2</sup>,
- przygotowanie wystroju i oznakowanie miejsca prowadzenia konferencji poprzez ustawienie min. dwóch roll-upów, ścianki wystawienniczej oraz dwóch tablic informacyjno-kierunkowych,
- nagłośnienie, mównica oznaczona logotypem oraz 2 ekrany wraz z 2 rzutnikami,
- Wykonawca odpowiada za zapewnienia odpowiedniego zasilania elektrycznego i osprzętu do tego niezbędnego;
- zapewnienie streamingu z przebiegu konferencji,
- przygotowanie, produkcję i dystrybucję materiałów konferencyjnych w teczkach,

- przygotowanie, produkcję i dystrybucję podczas eventu wydania specjalnego okolicznościowego numeru Gazety Inwestycyjnej na papierze pochodzącym w 100% z recyklingu);
- wykonanie profesjonalnej relacji fotograficznej z przebiegu wydarzenia (przekazanie minimum 100 zdjęć z pełnymi prawami autorskimi),
- zapewnienie cateringu wraz ze stolikami bankietowymi, nakryciem, filiżankami, talerzami, sztucami na potrzeby konferencji. W ramach konferencji przewidziane są: trzy przerwy kawowe (zawierające minimum: kawę, herbatę, soki, wodę, ciasteczka i owoce); dwie przerwy na lunch (zawierające minimum: kawę, herbatę, soki, wodę, min. dwa rodzaje dań obiadowych – mięsne oraz wegetariańskie, dwie zupy oraz deser); uroczystą kolację (zawierającą minimum: kawę, herbatę, soki wyciskane, wodę, wino białe i czerwone, dwa rodzaje zup, danie obiadowe mięsne i wegetariańskie, przekąski zimne, w tym dwie sałatki, oraz przekąski ciepłe, desery). Wykonawca zaproponuje Zamawiającemu 2 listy menu do wyboru,
- zapewnienie noclegu (ze śniadaniem) dla maks. 50 prelegentów, interesariuszy, gości Konferencji w hotelu; wykonawca przedstawi Zamawiającemu do wyboru dwie propozycje hotelu o kategorii min. 3 gwiazdki, na terenie Miasta Gdańska,
- zapewnienie konferansjera wydarzenia,
- zaplanowanie i produkcja na potrzeby tej uroczystości małego upominku dla gości związanego z ideą GOZ lub z samym projektem spalarni - o wartości minimum 50 zł za sztukę (po wcześniejszym uzgodnieniu z Zamawiającym).

Zamawiający dopuszcza znalezienie przez Wykonawcę partnera wydarzenia i organizację konferencji o większej skali, dopuszczając udział pozostałych gości za opłatą za uczestnictwo na rzecz Wykonawcy. Zamawiający zastrzega sobie bezpłatny udział maks 100 zaproszonych, w porozumieniu z Wykonawcą, gości oraz zagwarantowanie maks.. 50 noclegów dla wskazanych gości, prelegentów Zamawiającego. Partnerem wydarzenia może być wyłącznie podmiot o dobrej reputacji, którego udział w wydarzeniu nie będzie kłócił się z celami Projektu i nie narazi na szwank dobrego imienia Zamawiającego. Osoba partnera wydarzenia i zakres jego udziału w realizacji wydarzenia podlega pisemnej akceptacji przez Zamawiającego przed odbyciem się wydarzenia.

Zamawiający zleci wykonanie tej usługi z min. wyprzedzeniem 6 miesięcy.

### **3. Organizacja konferencji prasowych/briefingów:**

Wykonawca w ramach działań zorganizuje i przeprowadzi w okresie obowiązywania Umowy do 12 briefingów lub konferencji prasowych związanych z zaplanowanymi kluczowymi momentami wynikającymi z harmonogramu dla inwestycji. O terminie organizacji ww. wydarzeń zdecyduje Zamawiający. Wykonawca odpowiedzialny jest za pełną organizację konferencji m.in. przygotowanie zaproszeń, prezentacji, materiałów prasowych, poprowadzenie wydarzenia, w razie potrzeby Wykonawca zapewni nagłośnienie i urządzenie do wyświetlenia prezentacji.

### **4. Spotkania z mieszkańcami i interesariuszami**

Wykonawca zapewni wsparcie w obsłudze spotkań z mieszkańcami lub interesariuszami w celu promocji Projektu, udziału UE w realizacji, korzyści z realizacji projektu oraz zapewni protokołowanie i moderację ww. spotkań. Maksymalnie 12 spotkań w okresie obowiązywania Umowy. Zapewni materiały informacyjne i promujące projekt z uwzględnieniem promocji idei „gospodarki obiegu zamkniętego”. Wykonawca zapewni w razie potrzeby nagłośnienie i urządzenie do wyświetlania prezentacji.

#### **7.2.3 Targi, konferencje, wystawy i udział w imprezach plenerowych**

Zadanie będzie polegało na obsłudze obecności Zamawiającego podczas imprez targowych, konferencyjnych, wystaw i imprezach plenerowych.

## 1. Zadaniem Wykonawcy będzie:

**1. udział w imprezach targowych, plenerowych i konferencjach** organizowanych przez inne podmioty, np. Urząd Miejski, Międzynarodowe Targi Gdańskie, Rady Dzielnic, konferencje branżowe itp. z wyposażonym w pełni stoiskiem, zgodnym z przyjętą koncepcją (pkt. 7.1.8 OPZ) – maksymalnie 10 wydarzeń na rok (max. 30 wydarzeń w okresie obowiązywania Umowy) z pełną obsługą animacyjną stoiska, każdorazowo minimum 2 przeszkolonych animatorów, transportem stoiska i pełnym jego montażem i demontażem:

- a) minimum 5 wydarzeń bezpłatnych/rok, tj. niewymagających wykupu powierzchni wystawienniczej,
- b) maksimum 5 wydarzeń/rok wymagających wykupu powierzchni wystawienniczej (do szacunku ceny za wykup powierzchni wystawienniczej Wykonawca powinien przyjąć średnie ceny za metr obowiązujące podczas gdańskich lub poznańskich targów).

## 2. zaprojektowanie i produkcja elementów stoiska wystawienniczego:

- a) namiot wystawowy typu pająk -o powierzchni użytkowej między 20 a 30 m<sup>2</sup> (stałościśnieniowy, bez użycia wentylatora),
- b) namiot wystawowy o konstrukcji aluminiowej z zadrukiem w technice sublimacyjnej (max. szer.320 cm, max. wysokość 230 cm, max. głębokość: 320 cm),
- c) stojak na materiały drukowane - produkcja obrandowanego stojaka na materiały drukowane w formacie A4, umożliwiający transport ulotek wraz ze stojakiem w wygodnej torbie - 1 szt.,
- d) trybunka do wykorzystania jako mobilne stoisko (szer. max. 200 cm, wys. max. 100 cm, głębokość 80 cm),
- e) potykacz - produkcja dwustronnego stojaka reklamowego typu potykacz w formacie 70x100 cm do ekspozycji materiałów promocyjnych,
- f) flagi reklamowe tzw. beachflagi – masz aluminiowy o wysokości minimum 300 cm, flaga z zadrukiem, pokrowiec transportowy, do tego podstawy na podłoże utwardzone – 2 szt.
- g) mobilna makieta - produkcja „mobilnej” - w znaczeniu przenośnej – trwałej i łatwej w transporcie, makiety architektonicznej obiektów i terenu spalarni wykonanej w 3d (wymiar planszy 1x1,5 m) z elementami podświetlanymi i ruchomymi w przezroczystej gablocie, na postumencie/nogach.
- h) mobilny infokiosk - produkcja „mobilnego” infokiosku (kiosk powinien być przenośny i kompatybilny z tabletami z systemem IOS lub Android) wraz z tabletem w systemie IOS lub Android. Z możliwością zamontowania tabletu w pionie jak i w poziomie, z możliwością płynnej regulacji wysokości nóżek, z systemem zabezpieczeń przed zniszczeniem lub kradzieżą oraz z możliwością podłączenia power bank,
- i) wydruki do ścianki wystawienniczej o wymiarach: wysokość 2380 mm, szerokość 2950 mm, głębokość 608 mm – maks. 4 szt.,
- j) rollupy - produkcja roll-upów (ok. 100x200cm) kaseta wykonana z aluminium anodowanego w kolorze srebrnym, górna listwa zatrząskowa, hybrydowy maszt, zadrukowana jednostronnie plansza graficzna i torba transportowa wzmocniona – maks. 5 szt.
- k) inne elementy stoiska wynikające z opracowanej koncepcji opisanej w pkt 7.1.8 OPZ o maks. wartości 5.000 zł netto.

Wszystkie elementy stoiska eksponowane na zewnątrz, muszą mieć odpowiednie systemy mocowania na wypadek wiatru.

Po zakończeniu niniejszej Umowy, wszystkie materiały i elementy wystawiennicze wyprodukowane na potrzeby prowadzonych działań, staną się własnością Zamawiającego.

#### **7.2.4 Organizacja imprezy plenerowej połączonej z otwarciem ścieżki edukacyjnej w przestrzeni miejskiej**

Istotą zadania jest wykreowanie koncepcji wydarzenia w przestrzeni miejskiej (Gdańsk). Wydarzenie przez swój charakter i oryginalną realizację ma przyciągnąć jak największą liczbę uczestników, a w konsekwencji ma przełożyć się na rozpowszechnienie informacji o Projekcie i nowopowstałej ścieżce edukacyjnej. Wydarzenie ma mieć zasięg ogólnomiejski oraz ma w szczególności angażować społeczność lokalną (np. placówki oświatowe, rady dzielnic, koła seniorów). Wydarzenie ma uzyskać patronaty medialne i ma być promowane w mediach lokalnych i mediach społecznościowych. Płatna promocja wydarzenia, uwzględniona jest w zakupie mediów w pkt. 7.2.5.

#### **Wytyczne do kreacji**

Kreacja powinna nawiązywać do charakteru Projektu, jego efektów i celów. Istotą kreacji jest zaproponowanie takiego działania, które będzie oryginalne, angażujące uczestników, intrygujące i wzbudzające ciekawość (np. dedykowana gra miejska, połączona z festynem i dedykowaną aplikacją dla systemów Android i IOS, która na stałe pozostanie elementem edukacyjnym ścieżki edukacyjnej itp.).

#### **Parametry techniczne**

Wynikające z kreacji.

#### **Zakres działań Wykonawcy:**

- uzgodnienie szczegółów lokalizacji;
- uzyskanie niezbędnych zgód i pozwoleń;
- zabezpieczenie medyczne;
- sanitariaty;
- zabezpieczenie prądu;
- kreacja;
- pełna obsługa wydarzenia;
- ekspozycja stoiska Zamawiającego;
- kompleksowa realizacja, w tym promocja wydarzenia (wydatki na media zaplanowane w pkt 7.2.5);
- pozyskanie ew. partnerów;
- dokumentacja fotograficzna z przeprowadzenia akcji (minimum 50 zdjęć w wysokiej rozdzielczości) oraz film do 2 minut pokazujący odbiór akcji wśród mieszkańców;
- wsparcie PR – media relations (zainteresowanie mediów lokalnych, branżowych i ogólnopolskich) w celu zapewnienia jak najszerzego dotarcia.

#### **Budżet:**

Wykonawca szacując cenę powinien założyć, że całościowy koszt organizacji imprezy wynosi 100 000 zł netto.

Przy organizowanych Wydarzeniach, Wykonawca zobowiązuje się do wyeliminowania z użycia jednorazowych plastikowych przedmiotów w tym naczyń i wykorzystywania w miarę możliwości materiałów, które pochodzą z recyklingu.

Zamawiający zleci wykonanie tej usługi z min. wyprzedzeniem 3 miesięcy.

## 7.2.5 Promocja Projektu- ATL, działania w sieci

### 1) Wykup mediów na potrzeby realizowanych kampanii dot. promocji Projektu i organizowanych wydarzeń wg zaakceptowanego przez Zamawiającego Medioplanu (pkt. 7.1.9 OPZ) oraz poniższego opisu i zestawienia - wskazano ilości maksymalne:

- a) **Kino** - spoty promocyjne 30 s. w kinach (2 kina, min. 8 ekranów), emisja w bloku specjalnym - maks. 2 dwutygodniowe kampanie realizowane w okresie obowiązywania Umowy, konwersja spotów, wykupienie czasu reklamowego;
- b) **Reklamy online** - maks. 12 razy w okresie obowiązywania Umowy, tygodniowa emisja największego banera internetowego (každorazowo przygotowanego przez Wykonawcę) dostępnego na trójmiejskim portalu internetowym o potencjale minimum 700 000 użytkowników (real users) miesięcznie; baner może ukazywać się w rotacji z innymi, ale w zestawieniu nie więcej niż 6 banerów;
- c) **Outdoor** - Wykonawca wykorzysta w działaniach nośniki reklamowe typu outdoor będące w zasobach Gminy Miasta Gdańska (citylighty). Po stronie Wykonawcy jest zaprojektowanie i koszt druku plakatów (uwzględniony w pkt. 7.2.16) oraz koszt rozwieszenia plakatów realizowany przez firmę wskazaną przez właściciela nośników. Wykonawca szacując cenę powinien założyć, że koszt rozwieszenia na jednym nośniku nie powinien być wyższy niż 20 zł netto/nośnik. Maksymalna ilość - 3 kampanie przez cały okres trwania Umowy. Každorazowo należy uwzględnić 100 nośników reklamowych w ramach jednej kampanii outdoorowej. Szczegółowe uzgodnienia dot. rezerwacji terminów, wyboru lokalizacji nośników, akceptacji projektów z właścicielem nośników będzie prowadził Zamawiający.
- d) **Lokalna reklama prasowa** - zaprojektowanie, produkcja, emisja reklamy prasowej w dziennikach lokalnych o zasięgu regionalnym (obejmującej woj. pomorskie) (maks. 6 emisji w trakcie trwania Projektu). W okresie realizacji umowy Wykonawca przygotowuje (projekty graficzne, skład do druku) i zapewni publikację min. 2 całostronicowych reklam prasowych. Dopuszcza się możliwość łączenia lub dzielenia powierzchni w ramach wyżej wymienionej puli. Przykładowo zamiast reklamy całostronicowej będą, na prośbę Zamawiającego, zlecone dwie półstronicowe reklamy, insert lub artykuły sponsorowane o zbliżonym ekwiwalencie. Materiał promocyjny należy przewidzieć do druku w kolorze. Wykonawca będzie publikował reklamy/artkuły w wydaniach w dzień powszedni, z nakładem nie mniejszym niż 15 000 egzemplarzy lub w dodatku lokalnym obejmującym Trójmiasto do dziennika krajowego o nakładzie dodatku nie mniejszym niż 15 000 egzemplarzy.
- e) **Ogólnopolska prasa branżowa** - zaprojektowanie, produkcja, emisja całostronicowej reklamy prasowej w prasie branżowej (gospodarka odpadami, termiczne przekształcanie odpadów, kogeneracja, projekty unijne itp.) - maks. 3 emisje w trakcie trwania Projektu. Istnieje możliwość podziału na prośbę Zamawiającego na emisje dwóch reklam półstronicowych.
- f) **Reklama radiowa** - w postaci sześciu 30-sekundowych spotów (scenariusz, produkcja spotu, wykup czasu antenowego) w 3 rozgłosniach radiowych o największym zasięgu w Trójmieście (6 kampanii w trakcie trwania projektu, gdzie 1 kampania = 100 emisji spotów rozłożona na 3 rozgłosnie radiowe);
- g) **Działania w sieci** - zapewniające jak najszerze i celowe dotarcie do zdefiniowanych w Strategii Komunikacji Zewnętrznej odbiorców (Wykonawca szacując cenę powinien założyć, że wartość 1 wykupionej kampanii wynosi 5000 zł. Maks. 6 kampanii w okresie obowiązywania Umowy). Poprzez działania w sieci, Zamawiający rozumie kampanie prowadzone w wyszukiwarkach internetowych, kampanie w mediach społecznościowych itp. Zamawiający będzie dokonywał wyboru konkretnej formy i kanału działań reklamowych, poprzez akceptację Medioplanów, w których przedstawione zostaną estymacje dot. zasięgów dotarcia do

wskazanych grup docelowych oraz efektywność rozplanowania środków przeznaczonych na kampanie.

Medium	Nośnik	Zasięg	Zakres/czas kampanii	Ilość kampanii łącznie
Kino (minimum 8 ekranów)	Spot 30 sekund	2 kina	2tydzień	2 kampanie
Reklama online	Baner	1 portal	4tydzień	12 kampanii
Outdoor	Citylighty	Nośniki Gminy Miasta Gdańsk	100 nośników/1 kampania	3 kampanie
Lokalna reklama prasowa	Dziennik lokalny	Cała strona	2 emisje	6 kampanii
Branżowa reklama prasowa	Ogólnopolska reklama branżowa	1 strona	1 emisja	3 kampanie
Reklama radiowa	Spot 30 sekund	3 rozgłośnie radiowe	100 emisji rozłożone na 3 rozgłośnie	6 kampanii
Działania w sieci	5000 zł netto/1 kampania			6 kampanii

### 7.2.6 Tablice informacyjne (w miejscu realizacji inwestycji 300x200 cm, powierzchnia 6m<sup>2</sup>)

Na terenie realizacji zadań inwestycyjnych w ramach Projektu, Wykonawca zobowiązany będzie do wykonania oraz zainstalowania tablic informacyjnych. Projekt tablic musi przestrzegać zasad promocji opisanych m.in. w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji”

Tablice powinny zostać wykonane i umieszczone przez Wykonawcę w terminie 14 dni od daty zlecenia tej usługi przez Zamawiającego.

Projekt tablic przed ich wykonaniem musi zostać zaakceptowany przez Zamawiającego.

Minimalna wymagana liczba tablic w okresie obowiązywania Umowy wynosi 3 sztuki jednostronnie nadrukowane (4/0). Wykonanie, dostarczenie, montaż, uzgodnienie lokalizacji, pokrycie kosztów związanych z posadowieniem (np. opłat z tytułu zajęcia gruntu, umieszczenia tablicy w pasie drogowym) oraz uzyskanie wszelkich pozwoleń od zarządców terenu, na którym zlokalizowane zostaną tablice informacyjne, należy do obowiązków Wykonawcy. W przypadku montażu tablic w obrębie placu budowy ZTPO nie będzie konieczności ponoszenia kosztów udostępnienia gruntu.

Konstrukcje tablic mają być stalowe, ocynkowane. Tablice winne być umieszczone na konstrukcji w taki sposób, aby jej dolna krawędź znajdowała się 1,5-2 m. nad poziomem terenu (wysokość do uzgodnienia z Zamawiającym). Tablice winny być zamontowane w sposób bezpieczny, uniemożliwiający ich przewrócenie. Tablice mogą być łączone z dwóch elementów w poziome, jednak nie w miejscu tekstu czy elementów graficznych. Tablice wraz z konstrukcją muszą być wykonane w technice antykorozyjnej, zapewniającej ich estetykę i czytelność do czasu zakończenia Projektu. Tablice będą umieszczone w miejscach widocznych, zapewniających dostęp jak największej liczby osób, umożliwiającym swobodne zapoznanie się z ich treścią. Ostateczna lokalizacja musi być zatwierdzona przez Zamawiającego.

Wydruk, pełny kolor, PCV, nadruk matowy, utrwalany UV.

Przez cały okres realizacji robót budowlanych Wykonawca zobowiązany jest do utrzymania i konserwacji tablic, kontroli stanu tablic raz na kwartał i wymiany ich w przypadku braku czytelności.

Po zakończeniu robót budowlanych w ramach Projektu Wykonawca zobowiązany będzie usunąć tablice i dokonać ich utylizacji na swój koszt.

### 7.2.7 Tablice pamiątkowe

Stałe tablice pamiątkowe powinny zostać umieszczone w miejscach ogólnie dostępnych niezwłocznie po zakończeniu budowy ZTPO.

Projekt tablic musi przestrzegać zasad promocji opisanych m.in. w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji.

Projekt tablic przed ich wykonaniem musi zostać zaakceptowany przez Zamawiającego.

Przewiduje się wykonanie i umieszczenie dwóch tablic pamiątkowych w miejscach uzgodnionych wcześniej z Zamawiającym.

- a) **1 tablica wykonana w mosiądzu, w wymiarze 80x120 cm, jednostronnie grawerowana, z pominięciem użycia barw. Należy zastosować wariant znaków w wersji achromatycznej.**
- b) **1 tablica wykonana z poliwęglanu, w wymiarze 80x120, jednostronnie grawerowana, z pominięciem użycia barw. Należy zastosować wariant znaków w wersji achromatycznej.**

Tablice będą umieszczone w miejscach widocznych, zapewniających dostęp jak największej liczby osób, umożliwiających swobodne zapoznanie się z ich treścią. Ostateczna lokalizacja musi być zatwierdzona przez Zamawiającego. Umieszczenie tablic nie może zagrażać bezpieczeństwu osób i mienia.

Tablica umieszczona zostanie na budynku Zakładu Termicznego Przekształcania Odpadów Komunalnych w Gdańsku (1 szt.) i na samodzielnej konstrukcji stalowej ocynkowanej z fundamentami betonowymi (1 szt.).

Opłaty z tytułu zajęcia gruntu dla umieszczenia tych tablic nie wchodzi w zakres oferty. Ewentualne koszty leżą po stronie Zamawiającego.

Tablice powinny zostać wykonane i umieszczone w terminie 30 dni od daty zlecenia tej usługi przez Zamawiającego.

### 7.2.8 Produkcja tabliczek i naklejek informacyjnych

W celu oznakowania środków trwałych zakupionych dzięki wsparciu UE w ramach Projektu, Wykonawca zaprojektuje, wykona i dostarczy tabliczki i naklejki informacyjne.

#### a) Tabliczki informacyjne

Format tabliczek: A3. Tabliczki wykonane zostaną w mosiądzu, jednostronnie grawerowane, z pominięciem użycia barw. Należy zastosować wariant znaków w wersji achromatycznej. Tabliczki umieszczone zostaną przez Wykonawcę na obiektach wskazanych przez Zamawiającego.

Projekt tabliczek winien być wykonany zgodnie z zasadami promocji opisanymi m.in. w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji”

Projekt tabliczek przed ich wykonaniem musi zostać zaakceptowany przez Zamawiającego.

### **Maksymalna liczba tabliczek: 5**

#### **b) Naklejki informacyjne**

Wymiar naklejek wynosi 7x5 cm. Wykonane na folii samoprzylepnej, utrwalonej UV, w pełnym kolorze.

#### **Maksymalna liczba naklejek: 200 szt.**

Projekt naklejek przed ich wykonaniem musi zostać zaakceptowany przez Zamawiającego.

Wykonanie tej usługi powinno nastąpić w terminie nie dłuższym niż 14 dni od jej zlecenia chyba że Strony postanowią inaczej.

#### **7.2.9 Layout kampanii edukacyjnej**

W ramach koncepcji kampanii edukacyjnej Wykonawca zaprojektuje w ciągu 50 dni od daty zlecenia usługi layout kampanii edukacyjnej i propozycje głównych przekazów kampanii, zgodny z przyjętą Strategią Komunikacji Zewnętrznej oraz spójny z linią graficzną działań edukacyjnych realizowanych przez Gminę Miasta Gdańska (1 raz w okresie obowiązywania Umowy).

#### **7.2.10 Przeprowadzenie warsztatów w placówkach oświatowych i w klubach seniora**

Zadanie będzie polegało na zaprojektowaniu, zaplanowaniu i przeprowadzeniu warsztatów z wiedzy ekologicznej – w zakresie gospodarki odpadami i produkcji zielonej energii (łącznie w czasie trwania Umowy maksymalnie 300 warsztatów trwających 1 godzinę lekcyjną) z podziałem na placówki oświatowe: szkoły podstawowe (klasy VI-VIII), szkoły ponadpodstawowe i uczelnie wyższe oraz kluby seniora. Wykonawca przygotowuje scenariusze zajęć dostosowane do grup wiekowych z kartami pracy, przygotowuje prezentacje, zapewni materiały edukacyjne oraz przeszkoli edukatorów do realizacji warsztatów. Zajęcia powinny dotyczyć tematyki odpowiedzialnego postępowania z odpadami i idei gospodarki o obiegu zamkniętym i być realizowane w oparciu o zaakceptowane wcześniej przez Zamawiającego scenariusze warsztatów. Każdy warsztat powinien być prowadzony przez minimum 1 wykwalifikowanego edukatora. Poprzez wykwalifikowanego edukatora Zamawiający rozumie osobę, która posiada wykształcenie pedagogiczne lub posiada co najmniej 3-letnie doświadczenie w pracy jako edukator młodzieży. Dziennie może odbywać się kilka warsztatów.

#### **7.2.11 Przeprowadzenie szkoleń dla nauczycieli**

Zadanie polega na przeprowadzeniu szkoleń dla nauczycieli szkół podstawowych i ponadpodstawowych zajmujących się tematami związanymi z ochroną środowiska. Poszczególne grupy szkoleniowe powinny liczyć minimum 30 osób. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu harmonogram szkoleń, ich zakres merytoryczny oraz listę wykładowców w Strategii Komunikacji Zewnętrznej, o której mowa w pkt 7.1.2.

Wykonanie tej usługi obejmuje w szczególności wynajęcie sali na terenie Gdańska umożliwiającej przeprowadzenie szkoleń, wyposażonej w odpowiedni sprzęt audio-video oraz dobrze skomunikowanej (przystanki komunikacji miejskiej w odległości nie większej niż 500 metrów) i z miejscami parkingowymi dla wszystkich uczestników. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do wyboru co najmniej dwie propozycje miejsc, w których odbywać się będą szkolenia.

Wykonawca zapewni napoje podczas szkolenia (kawa, herbata, woda) oraz przerwę lunchową z drobnym poczęstunkiem (kawa, herbata, soki, kanapki, ciastka, owoce). Wykonawca zaproponuje do wyboru 2 listy menu.

Czas trwania szkolenia to 6 godzin zegarowych.

Wykonawca zobowiązuje się przekazać każdemu uczestnikowi szkolenia materiały szkoleniowe oraz wykona certyfikaty poświadczające uczestnictwo w szkoleniu dla każdego uczestnika..

Liczba szkoleń: maksimum 4 szkolenia w okresie obowiązywania Umowy.



### **7.2.12 Badania opinii społecznej**

Zadanie polega na zaprojektowaniu i przeprowadzeniu w czasie trwania całego projektu dwóch badań opinii społecznej weryfikujących poziom wiedzy na temat ZTPO, korzyści z budowanej inwestycji dla mieszkańców i poziomu akceptowalności inwestycji wśród badanych.

W ramach badań Zamawiający: opracuje kwestionariusz ankiety zawierający około 10 pytań merytorycznych, uwzględniający oczekiwania Zamawiającego, przeprowadzi badania terenowe na reprezentatywnej próbie 1000 mieszkańców we wskazanych przez Zamawiającego rejonach Gdańska lub gminach ościennych (metodologia „door to door”), dokona analizy danych uzyskanych z ankiety, w tym poprzez krzyżowanie wyników, przekaże Zamawiającemu raport z przeprowadzonych badań w 2 egzemplarzach i w formie elektronicznej (pliki Excel oraz doc. i prezentację wyników badań w programie power point).

Liczba badań: maksimum 2 w okresie obowiązywania umowy.

Badanie zostanie przeprowadzone w terminie 3 miesięcy od zlecenia usługi przez Zamawiającego.

### **7.2.13 Materiały promujące Projekt i wspierające kampanię edukacyjną**

Zadanie polega na przygotowaniu propozycji oraz po jej zatwierdzeniu realizacji (zakup, kontrola nad produkcją, dostawa) materiałów promujących Projekt (o wartości 50.000 zł netto). Materiały będą wykorzystywane przez cały okres realizacji Umowy.

Materiały promujące projekt muszą być przemyślane pod kątem funkcjonalności oraz doboru materiału tak, aby budować świadomość i odpowiedzialność społeczną w zakresie ekologicznego i „niegenerującego odpadów” stylu życia.

Rekomendowana lista materiałów promujących ma uwzględniać każdorazowo kalkulację kosztów. Zamawiający przewiduje dwie transze zamówienia materiałów, o wartości 25.000 zł netto każda.

### **7.2.14 Projekt i wykonanie ścieżki edukacyjnej**

Zadanie będzie polegało na zaprojektowaniu koncepcji interaktywnej, ogólnodostępnej ścieżki edukacyjnej, wykonaniu ścieżki z systemów wykorzystujących trwałe materiały o parametrach przystosowanych do całorocznej ekspozycji w warunkach zewnętrznych. Wybrany przez Wykonawcę system powinien posiadać normy zapewniające bezpieczeństwo konstrukcji. Montaż ścieżki na atrakcyjnym, rekreacyjnym terenie Miasta Gdańska. Ścieżka edukacyjna zawierać będzie minimum 7 różnych tablic/modułów edukacyjnych, mających na celu zwiększenie świadomości odwiedzających w zakresie roli termicznego zagospodarowania odpadów w systemie gospodarki odpadami komunalnymi ze szczególnym uwzględnieniem roli mieszkańców, odpowiedzialnego postępowania z odpadami, hierarchii postępowania z odpadami, gospodarki o obiegu zamkniętym, kształtowania społeczeństwa recyklingu i postaw proekologicznych. W ramach zadania Wykonawca zobowiązany jest uzgodnić z Zamawiającym: koncepcję ścieżki edukacyjnej, lokalizację posadowienia ścieżki edukacyjnej, wybór przyjętego systemu i zastosowanych modułów. Ponadto po stronie Wykonawcy jest pełne merytoryczne opracowanie poszczególnych tablic, wykonanie i zamontowanie ścieżki, pokrycie ewentualnych kosztów związanych z posadowieniem oraz uwzględnienie promocji ścieżki wśród lokalnej społeczności. Przez cały okres realizacji Umowy Wykonawca zobowiązany jest do utrzymania i konserwacji ścieżki. Po zakończeniu Umowy, wszystkie materiały i elementy składające się na ścieżkę edukacyjną, staną się własnością Zamawiającego.

Uzyskanie zgód i pozwoleń oraz ewentualne opłaty z tytułu zajęcia gruntu po stronie Zamawiającego.

Zamawiający zleci wykonanie tej usługi z min. wyprzedzeniem 3 miesięcy.

### 7.2.15 Organizacja szkolenia dla pracowników Zamawiającego

Zadanie polega na organizacji szkolenia w zakresie wystąpień publicznych i/lub komunikacji kryzysowej lub dowolnej związanej z komunikacją zewnętrzną lub wewnętrzną. Szkolenie powinno być zorganizowane w siedzibie Zamawiającego, dla grupy maks 10 osobowej (czas trwania szkolenia maks 8 h). Wykonawca przedstawi temat i zakres szkoleń do akceptacji Zamawiającego

Liczba szkoleń: maks. 3 w okresie obowiązywania Umowy

### 7.2.16 Materiały drukowane

Zadanie polega na opracowaniu treści, wykonaniu tłumaczenia (jeśli będzie taka potrzeba), zaprojektowaniu, składzie oraz druku lub wydaniu elektronicznym następujących materiałów – wszystkie wskazane ilości to ilości maksymalne w okresie obowiązywania Umowy:

- 1) **Broszura informacyjna o projekcie** w języku polskim i angielskim na podstawie uzgodnień z Zamawiającym, forma drukowana oraz wydanie elektroniczne:
  - a) polska wersja językowa, 2 edycje: na początku i na zakończenie projektu, maks. **6000 szt. każda edycja**, format 20x20 cm, objętość: minimum 16 stron + okładka, papier w 100% z recyklingu , okładka 150 g/m<sup>2</sup>, środek 120 g/ m<sup>2</sup>; druk 4/4, oprawa szyta;
  - b) angielska wersja językowa, 2 edycje (na początku projektu i na zakończenie), specyfikacja jak w wersji polskiej, maks. **500 szt. każda edycja**;
- 2) **Komiks kilkunastostronicowy** z elementami kolorowanki dla grupy dzieci 7-9 lat/drukowana forma (maks. **3000 sztuk**) i elektroniczna.
  - a) format A4, objętość: minimum 16 stron + okładka, papier w 100% z recyklingu umożliwiający kolorowanie, okładka 150 g/m<sup>2</sup>, środek 120 g/m<sup>2</sup>; druk 4/4, oprawa szyta;
- 3) **Eko poradnik** - drukowana forma (**maks. 3000 sztuk**) i elektroniczna;
  - a) format 21x15cm, objętość: minimum 16 stron + okładka, papier w 100% z recyklingu , okładka 150 g/m<sup>2</sup>, środek 120 g/m<sup>2</sup>; druk 4/4, oprawa szyta;
- 4) **Poradnik/podręcznik warsztatowy dla studentów i nauczycieli** - forma drukowana (**maks. 1000 sztuk**)
  - a) format A4, objętość: minimum 20 stron + okładka, papier w 100% z recyklingu , środek 120 g/m<sup>2</sup>, okładka 150 g/m<sup>2</sup>, druk 4/4, oprawa szyta;
- 5) **Tablica edukacyjna – forma drukowana (maks. 500 szt.)**
  - a) plakat format B1, druk jednostronny full color 4/0, papier w 100% z recyklingu, minimum 200g/m<sup>2</sup>, listwa srebrna z zawieszka
- 6) **Citylighty – (maks. 3x100szt)**
  - a) plakat o wymiarach 120x180 cm, druk jednostronny full color 4/0, Papier 170g przystosowany do podświetleń, dwustronnie biały
- 7) **Inne materiały poligraficzne** - przygotowanie i druk materiałów w liczbie i częstotliwości dostosowanych do założeń kampanii edukacyjnej i informacyjnej, na potrzeby organizowanych wydarzeń – o wartości 30 000 PLN netto.

**Uwaga: Wszystkie materiały drukowane muszą być wykonane na papierze pochodzącym w 100% z recyklingu.**

### 7.2.17 Materiały

#### audiowizualne

Zadanie polega na przygotowaniu materiałów audiowizualnych obejmujących opracowanie scenariuszy, pełną produkcję i postprodukcję wraz montażem, udźwiękowieniem oraz wykonanie animacji i infografik dla podniesienia atrakcyjności przekazu:

## 1) Specyfikacja produkcji filmów z ew. wykorzystaniem materiałów źródłowych opisanych w pkt. 7.110:

### a) Krótkie filmy z postępu budowy

- liczba filmów: maks. 36
- czas trwania: ok. 1 minuty każdy
- format: umożliwiający udostępnianie w Internecie,
- rozdzielczość 4K.

Wykonawca raz na kwartał przeprowadzi wywiady ze wskazanym przedstawicielem Zamawiającego, na potrzeby realizacji filmów o Projekcie.

W wycenie należy założyć m.in.: 4 różne podkłady muzyczne do wyboru, 36 montaży poszczególnych filmów + postprodukcja, podstawowa belka graficzna z podpisem, opieka makijażystki w przypadku scenariusza uwzględniającego taką potrzebę.

### b) Film zapowiadający Projekt

- liczba edycji: 1
- czas trwania: minimum 2 minuty
- format umożliwiający emisję w TV oraz udostępnianie w Internecie z wykorzystaniem animacji 2D i 3D.
- rozdzielczość 4K

W wycenie należy uwzględnić m.in.: 1 dzień zdjęciowy, podkład muzyczny, montaż i postprodukcję filmu, podstawową belkę graficzną z podpisem, opieka makijażystki, stworzone od podstaw i dodane elementy animacji 2D i 3D (maksymalnie 1 minuta w czasie filmu).

### c) Ogólny film o projekcie na zakończenie z wykorzystaniem techniki timelaps

- liczba edycji: 1
- czas trwania: minimum 3 minuty
- format umożliwiający emisję w TV oraz udostępnianie w Internecie.
- rozdzielczość 4K

W wycenie należy uwzględnić m.in.: 5 dni zdjęciowych, podkład muzyczny, montaż i postprodukcję filmu, podstawowa belka graficzna z podpisem, opieka makijażystki, 1 dzień zdjęciowy drona.

### d) Film edukacyjny dla dzieci i młodzieży

- liczba edycji: 1
- czas trwania: do 3 minut
- technologia: animacja 2D i elementy z technologii 3D
- format umożliwiający emisję w TV oraz udostępnienie w Internecie.
- rozdzielczość 4K

W wycenie należy uwzględnić: przygotowanie scenariusza, minimum 20 s animacji w technologii 3D ze stworzonymi od podstaw postaciami i obiektami, podkład muzyczny, narrację lektorską, montaż i postprodukcję.

### e) Spoty promocyjne

- liczba edycji: maks. 2
- czas trwania: 30 s
- format umożliwiający emisję w TV, w kinie oraz udostępnienie w Internecie.

- rozdzielczość 4K

W wycenie spotów należy uwzględnić każdorazowo: rozpisanie scenariusza, 1 dzień zdjęciowy, 1 podkład muzyczny, 1 dzień wynajmu studia, narrację lektorską, ekipę oświetleniową ze sprzętem, wynajem zaawansowanej kamery, ekipę techniczną, opiekę makijażystki, opiekę stylistki, scenografa, , montaż i postprodukcję.

### 7.2.18 Projekty graficzne – w ramach usługi doraźnej

Zadanie polega na realizacji dodatkowych prac graficznych na zlecenie Zamawiającego maksimum 200 jednostek, gdzie 1 jednostka – 1 h pracy grafika - usługi nieobjęte zakresem opisanym w obsłudze stałej t.j. w pkt 7.1.4 niniejszej OPZ.

### 7.2.19 Strona internetowa i blog Projektu

1. **Strona internetowa** - zadanie polega na opracowaniu założeń, zaprojektowaniu, uruchomieniu dedykowanej strony internetowej dla Projektu, do której Wykonawca przeniesie wybrane i uzgodnione z Zamawiającym treści z obecnie funkcjonującej strony internetowej Zamawiającego, ewentualnie dokona korekty obecnych treści lub, w przypadku takiej konieczności, stworzy nowe treści dopasowane do nowych założeń. Domenę oraz serwer zapewni Zamawiający. Czas na realizację zadania to 75 dni od daty zlecenia tej usługi przez Zamawiającego. Wymagania dotyczące budowy strony internetowej i systemu CMS:
  - system CMS Wordpress w możliwie najnowszej wersji oraz z pełnym polskim tłumaczeniem. W przypadku zakupu dodatkowych modułów niezbędne jest ich przetłumaczenie oraz przekazanie licencji Zamawiającemu,
  - strona internetowa powinna być w pełni responsywna i powinna umożliwiać pełną funkcjonalność od strony frontendu dla urządzeń mobilnych – telefony i tablety z uwzględnieniem wielkości ekranów,
  - standard kodowania strony UTF8 oraz HTML5,
  - strona powinna być zoptymalizowana pod kątem prędkości ładowania dla telefonów, tabletów i komputerów:
    - CSS sprites;
    - optymalizacja plików graficznych strony;
    - optymalizacja kodu HTML/CSS;
    - kompresja plików CSS i JS;
    - cache-owanie zapytań do bazy danych;
  - wszystkie grafiki powinny być skompresowane oraz odpowiednio przeskalowane,
  - spełnienie normy WCAG – strona powinna być przyjazna dla osób niepełnosprawnych,
  - optymalizacja pod kątem wyszukiwarek internetowych typu Google, Bing,  
a w szczególności:
    - możliwość dowolnej edycji meta tagów;
    - możliwość edycji tytułów podstron;
    - obsługa stron błędów oraz podstrony 404 z uwzględnieniem prawidłowych nagłówków HTTP;
    - przyjazne adresy URL;
    - generowanie mapy strony w pliku XML i automatyczna jej aktualizacja;
    - linki wewnętrzne zwane też okruszkami;
  - system CMS musi dodatkowo umożliwiać integrację z social media (obsługa protokołu OpenGraph),
  - strona powinna być zgodna z dobrymi praktykami Google i BING,
  - zgodność z następującymi przeglądarkami internetowymi:
    - Google Chrome;
    - Opera 8+;
    - Firefox 3+;

- Internet Explorer 9+;
- Safari;
- Powyższe przeglądarki dla systemów: Linux, Windows, OSX;
- Integracja z Google Analytics oraz Webmaster Tools,
- System CMS powinien umożliwiać:
  - pełną edycję treści na stronie za pomocą przyjaznego edytora;
  - automatyczne wgrywanie plików graficznych oraz wstawianie linków, filmów;
  - zarządzanie przyciskami menu strony;
  - podział uprawnień dla użytkowników;
  - zabezpieczenia przed atakami typu brute force na panel administracyjny;
  - automatyczne kopie zapasowe dzienne;
  - historie zmian poszczególnych artykułów;
  - zarządzanie newsletterem;
- inne techniczne wymagania dot. strony internetowej:

Stronę internetową Wykonawca powinien stworzyć między innymi w oparciu o następujące założenia:

  - wersje językowe: polska
  - integrację z co najmniej 3 serwisami społecznościowymi, umożliwiającymi co najmniej korzystanie z mechanizmu “lubienia” (przycisku “like” wraz z licznikiem) oraz “udostępniania” (przycisk “share” wraz z licznikiem) a także prezentującymi aktywność Zamawiającego w tych serwisach, w formie i ze stron ustalonych na etapie realizacji zadania,
  - przejrzysty i funkcjonalny system CMS (Content Management System) z polskim interfejsem i dostępem z poziomu przeglądarki internetowej umożliwiający:
    - samodzielne zarządzanie, przygotowanie oraz publikację treści wraz z grafiką,
    - rozbudowę strony (dodawanie nowych działów i podstron, modyfikowanie i usuwanie aktualnych, dodawanie załączników, publikowanie materiałów promocyjnych (w formatach doc, docx, xls, xlsx, PDF, JPG), publikowanie banerów flash, materiałów graficznych oraz multimedialnych,
    - tworzenie galerii zdjęć wraz z automatycznym tworzeniem miniatur,
    - zmianę szaty graficznej strony
    - wyszukiwanie treści na stronie,
    - generowanie dokumentów/stron do “druku”,
    - bezpieczną autoryzację osób uprawnionych,
    - równoczesną obsługę minimum 5 użytkowników,
    - dwa poziomy uprawnień (administrator – pełny dostęp do systemu z możliwością tworzenia użytkowników i nadawania im uprawnień, redaktor – dostęp do tworzenia, edytowania, usuwania, publikowania treści i innych materiałów),
    - tworzenie i podgląd statystyk zewnętrznych z wykorzystaniem zewnętrznego systemu (co najmniej: liczba odsłon, wyświetleń, unikalnych użytkowników, godziny wejść, lokalizacja użytkowników na podstawie adresu IP, źródła wejść, słowa kluczowe generujące ruch na stronie) oraz wewnętrznych (aktywność administratorów, redaktorów, historia edycji treści itp.) z możliwością filtrowania według przedziałów czasowych (dziennie, tygodniowo, miesięcznie, rocznie, całościowo, niestandardowo); preferowane narzędzie – google analytics
    - możliwość automatycznego backupu strony wraz z informacjami, plikami, materiałami,
    - po wykonaniu CMS wykonawca przekaze instrukcję obsługi systemu CMS oraz dokumentację jego konfiguracji,
  - utworzenie odpowiednich kont do zarządzania CMS dla wskazanych przez Zamawiającego osób oraz przeszkolenie tych osób z korzystania z dedykowanego CMS. Wykonawca jest zobowiązany do przekazania Zamawiającemu uprawnień i wszelkich majątkowych praw autorskich i praw zależnych do strony internetowej w celu dalszej jej

eksploatacji przez Zamawiającego. Wykonawca przekaże parametry dostępu do systemu zarządzania stroną.

Strona ma być przygotowana w technologii Responsive Web Design, czyli strony mobilnej automatycznie dopasowującej się do smartfonów, tabletów i innych urządzeń mobilnych. Strona ma uwzględniać w konstrukcji część poświęconą na działalność edukacyjną projektu oraz moduł BIP.

Przez cały okres obowiązywania Umowy strona będzie utrzymywana i bieżąco aktualizowana przez Wykonawcę w ramach usługi stałej opisanej w pkt. 7.1.5 OPZ.

## 2. Blog Projektu

Zadanie Wykonawcy polega na utworzeniu i prowadzeniu profesjonalnego bloga pod domeną firmową Zamawiającego (domena, hosting, content po stronie Wykonawcy). Blog powinien powstać w terminie do 75 dni od daty zlecenia przez Zamawiającego z uwzględnieniem założeń Strategii Komunikacji Zewnętrznej, o której mowa w pkt 7.1.2 OPZ i być administrowany w ramach usługi stałej zgodnie z opisem pkt. 7.1.5 OPZ.

### TABELARYCZNE ZESTAWIENIE DZIAŁAŃ:

LP	ZAKRES USŁUGI STAŁEJ
1	Prowadzenie biura PR Zamawiającego
2	Strategia Komunikacji Zewnętrznej
3	Komunikacja kryzysowa
4	Projekty graficzne w ramach usługi stałej
5	Utrzymanie i aktualizacja strony internetowej i bloga Projektu
6	Prowadzenie profili w mediach społecznościowych
7	Dostępność kluczowych specjalistów
8	Koncepcja stoisk, opracowywanie kalendarza wydarzeń, magazynowanie materiałów i systemów wystawienniczych
9	Mediaplany
10	Rejestracja przebiegu budowy

LP	NAZWA USŁUGI DORAŻNEJ	ILOŚĆ MAKS.
1	System Identyfikacji Wizualnej	1
2	Mała konferencja okolicznościowa	2
3	Duża konferencja branżowa	1
4	Konferencje prasowe/briefingi	12
5	Spotkania z mieszkańcami/interesariuszami	12
6	Udział w imprezach targach, plenerowych i konferencyjnych - z wykupem powierzchni wystawienniczej	15
7	Udział w targach, wystawach, imprezach plenerowych - bez wykupu powierzchni wystawienniczej	15
8	Zaprojektowanie i produkcja elementów stoiska wystawienniczego	1
9	Organizacja imprezy plenerowej	1
10	Kampania medialna – kino	2

11	Kampania medialna - reklamy online	12
12	Kampania medialna - outdoor	3
13	Kampania medialna - lokalna reklama prasowa	6
14	Kampania medialna - ogólnopolska reklama prasowa	3
15	Kampania medialna - reklama radiowa	6
16	Kampania medialna - działania w sieci	6
17	Tablice informacyjne	3
18	Tablice pamiątkowe	2
19	Tabliczki informacyjne	5
20	Naklejki informacyjne	200
21	Layout kampanii edukacyjnej	1
22	Warsztaty w placówkach oświatowych i w klubach seniora	300
23	Szkolenia dla nauczycieli	4
24	Badania opinii społecznej	2
25	Materiały promujące projekt i wspierające kampanię edukacyjną	2
26	Ścieżka edukacyjna	1
27	Szkolenia dla pracowników	3
28	Materiały drukowane - broszura informacyjna o projekcie - wersja polska	2
29	Materiały drukowane - broszura informacyjna o projekcie - wersja angielska	2
30	Materiały drukowane - komiks	1
31	Materiały drukowane - eko-poradnik	1
32	Materiały drukowane - poradnik warsztatowy dla studentów i nauczycieli	1
33	Materiały drukowane - tablica edukacyjna	1
34	Materiały drukowane - citylighty	3
35	Inne materiały poligraficzne	1
36	Materiały audiowizualne - krótkie filmy z postępu budowy	36
37	Materiały audiowizualne - film zapowiadający projekt	1
38	Materiały audiowizualne - film o projekcie na zakończenie	1
39	Materiały audiowizualne - film edukacyjny dla dzieci i młodzieży	1
40	Materiały audiowizualne - spoty promocyjne	2
41	Projekty graficzne - w ramach usługi doraźnej	200
42	Strona www	1
43	Blog firmowy	1