

Znak sprawy PN/2/2020

Załącznik nr 10

## 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	6
<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
<b>7.1</b>	<b>OBSŁUGA STAŁA:</b>	<b>12</b>
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	14
7.1.5	Utrzymanie i aktualizacja strony internetowej i bloga Projektu– w ramach usługi stałej	14
7.1.6	Prowadzenie profili i komunikacji w mediach społecznościowych (3 profile – np. Facebook, LinkedIn, YouTube).	14
7.1.7	Dostępność członków Zespołu Wykonawcy	14
7.1.8	Mediaplany	15
<b>7.2</b>	<b>USŁUGI ŚWIADCZONE ZGODNIE Z BIEŻĄCYM ZAPOTRZEBOWANIEM ZAMAWIAJĄCEGO I Z UWZGLĘDNIENIEM MOŻLIWOŚCI PODEJMOWANIA OKREŚLONYCH DZIAŁAŃ PROMOCYJNO-INFORMACYJNYCH W STANIE EPIDEMII/ZAGROŻENIA EPIDEMICZNEGO</b>	<b>15</b>
7.2.1	System Identyfikacji Wizualnej	15
7.2.2	Organizacja wydarzeń promocyjno-informacyjnych	15
7.2.3	Produkcja interaktywnej makiety architektonicznej	22
7.2.4	Przygotowanie mobilnego infokiosku	24
7.2.5	Organizacja imprezy plenerowej połączonej z otwarciem ścieżki edukacyjnej w przestrzeni miejskiej	25
7.2.6	Promocja Projektu– ATL, działania w sieci	26
7.2.7	Tablice pamiątkowe	27
7.2.8	Produkcja tabliczek i naklejek informacyjnych	28
7.2.9	Layout kampanii informacyjno-promocyjnej	28
7.2.10	Badania opinii społecznej	28

7.2.11	Materiały promujące Projekt i wspierające kampanię promocyjno-informacyjną	29
7.2.12	Projekt i wykonanie ścieżki edukacyjnej	29
7.2.13	Organizacja szkolenia dla pracowników Zamawiającego	30
7.2.14	Materiały drukowane	30
7.2.15	Materiały audiowizualne	30
7.2.16	Projekty graficzne – w ramach usługi doraźnej	31
7.2.17	Strona internetowa Projektu	31

## 1 Wykaz skrótów i definicji

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

	<b>zamówienia publicznego, złożyła ofertę lub zawarła umowę w sprawie zamówienia publicznego</b>
<b>Umowa</b>	<b>Oznacza umowę pomiędzy Zamawiającym, a wybranym Wykonawcą, dla niniejszego postępowania</b>
<b>Kontrakt</b>	<b>Oznacza umowę na zaprojektowanie, wybudowanie i eksploatację ZTPO w Gdańsku</b>
<b>Personel Wykonawcy</b>	<b>Oznacza cały personel wykonawcy realizującego zadania wchodzące w skład niniejszej Umowy</b>
<b>Personel Zamawiającego</b>	<b>Oznacza wszystkich pracowników Zamawiającego oraz wszelki inny personel podany przez Zamawiającego do wiadomości Kierownika Zespołu</b>
<b>Zespół Wykonawcy</b>	<b>Personel Wykonawcy dedykowany do realizacji Umowy i spełniający wymagania określone w SIWZ</b>
<b>Kampania promocyjna</b>	<b>Ogół skoordynowanych działań o charakterze informacyjnym podejmowanych przez Wykonawcę w celu promocji Projektu</b>

## 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.

### Status obecny Projektu:

**Dnia 6 maja 2020 r. wydano Wykonawcy oficjalne polecenie rozpoczęcie robót, 6 lipca 2020 r. rozpoczęły się prace ziemne na terenie działki inwestycyjnej. Budowa trwać będzie 3 lata. Od połowy 2023 roku rozpoczną się prace rozruchowe, aby na koniec 2023 roku oddać do eksploatacji w pełni funkcjonujący Zakład.**

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

Dopełnieniem ww. dofinansowania jest pożyczka uzyskana z NFOŚiGW w ramach programu pożyczkowego pn. „Współfinansowanie projektów realizowanych w ramach działań 2.2. i 2.5 POIiŚ”. Umowa o dofinansowanie w ramach pożyczki została podpisana w dniu 24 września 2020 r.

1. planowany całkowity koszt realizacji Projektu - 692 074 676,90 PLN (w tym VAT)
2. maksymalna kwota wydatków kwalifikowanych - 499 819 392, 00 PLN
3. planowane dofinansowanie ze środków UE – 270 696 804,81 PLN

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 35 gmin.

## 4 Cele Umowy

### 4.1 Cele ogólne Umowy

Ogólnym celem działań informacyjno-promocyjnych jest wypełnienie obowiązków stawianych Projektom realizowanym ze środków unijnych w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 oraz obowiązków z wytycznych dla projektów dofinansowanych z NFOŚiGW.

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).

Instrukcja oznakowania przedsięwzięć dofinansowanych ze środków NFOŚiGW jest dostępna na stronie internetowej NFOŚiGW.

#### **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

### **Głównym celem działań informacyjno-promocyjnych 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.

### **Ponadto celem działań informacyjno-promocyjnych będzie 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.**

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

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

### **Działania informacyjno-promocyjne 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) poprawę skuteczności selektywnej zbiórki poszczególnych frakcji odpadów, z uwzględnieniem frakcji przeznaczanej do termicznego przekształcenia.

## 5 Grupy docelowe - interesariusze

Głównymi adresatami działań informacyjnych, promocyjnych oraz 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 informacyjno - promocyjnych 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 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”,
- j)** przestrzegać instrukcji oznakowania przedsięwzięć dofinansowanych ze środków NFOŚiGW,
- k)** postępować w sposób zgodny z aktualnym wytycznymi epidemiologicznymi.

## 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;
- 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 Wykonawcy spełniających wymagania SIWZ,
  - (iv) organizacji pracy personelu z uwzględnieniem wymagań Zamawiającego o dostępności Kierownika Zespołu Wykonawcy
  - (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.),
- c)** Przedkładać Raporty Miesięczne, składające się z części **I**, zawierającej opis postępu realizowanych działań informacyjnych, promocyjnych i 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 usług z katalogu opisanego w rozdz. 7.2 OPZ 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 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 z katalogu opisanego w rozdz. 7.2 OPZ 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 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. Kolejne okresy obejmują poszczególne miesiące kalendarzowe.
  - **Określone w harmonogramie, o którym mowa w pkt (xi) powyżej usługi opisane w rozdz. 7.2 OPZ, uważa się za zlecone Wykonawcy w ramach wykonywania niniejszej Umowy po zatwierdzeniu Raportu**

**Miesięcznego lub części II Raportu Miesięcznego) przez Zamawiającego na zasadach określonych w pkt 6.3 OPZ.**

- W harmonogramach, o których mowa w pkt (xi), w przypadku usług opisanych w rozdz. 7.2 OPZ, których świadczenie wymaga podjęcia przez Wykonawcę działań przygotowawczych z wyprzedzeniem czasowym dłuższym niż 1 okres rozliczeniowy, 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 z rozdz. 7.2 OPZ, które mają być świadczone w dalszych okresach rozliczeniowych.
  - Usługi opisane w rozdz. 7.2 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 wykona w terminie wskazanym w niniejszej OPZ lub w przypadku braku określenia terminu w niniejszej OPZ, w terminie ustalonym przez Strony Umowy. Usługi 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 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 źródłach finansowania Projektu.
- 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 lit. c powyżej.

- e) Raporty Miesięczne lub ich poszczególne części przedłożone jako odrębne dokumenty po akceptacji ich przez Zamawiającego będą dawać formalne podstawy dla płatności za usługi stałe oraz za wykonane usługi opisane w rozdziale 7.2 OPZ wykonane przez Wykonawcę, oraz stanowić będą zlecenie poszczególnych usług opisanych w pkt 7.2 OPZ na kolejne okresy rozliczeniowe.
- 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 OBSŁUGA STAŁA:

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.

#### Szczegółowy opis działań w ramach zadania:

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) wyszukiwane 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. przygotowanie aktualności na stronę internetową Zamawiającego – minimum 12 na rok;
7. wdrożenie w terminie 30 dni od podpisania Umowy i prowadzenie nowoczesnego, zintegrowanego ze stroną www Zamawiającego, 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;
  - d) w przypadku zlecenia Wykonawcy do wykonania usługi określonej w pkt 7.2.17 wirtualne biuro prasowe Wykonawca integruje z nowoprojektowaną stroną internetową. Do czasu wykonania nowej strony Projektu wirtualne biuro prasowe będzie zintegrowane z dotychczas istniejącą stroną internetową Zamawiającego.
8. doradztwo strategiczne dotyczące komunikacji Projektu – prowadzenie konsultingu mediowego;
9. monitorowanie rynku konferencji branżowych i konferencji dotyczących projektów unijnych oraz przedstawianie Wykonawcy minimum kwartalnych harmonogramów wraz z rekomendacjami dot. Uczestnictwa Zamawiającego – pierwszy ww. harmonogram powinien być przedstawiony w terminie 60 dni od zawarcia Umowy;
10. 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, a także strategii komunikacji Projektu w mediach społecznościowych, harmonogram realizacji opisanych działań (w zakresie usług stałych i usług, które będą świadczone zgodnie z bieżącym zapotrzebowaniem Zamawiającego – rozdz. 7.2. OPZ), plan badania rezultatów działań przeprowadzonych w ramach strategii. Do ustalenia strategii komunikacji zewnętrznej Wykonawca nie może uwzględnić większej ilości poszczególnych usług opisanych w rozdz. 7.2 OPZ niż ilości maksymalne przewidziane dla poszczególnych usług. Akceptacja przez Zamawiającego Strategii Komunikacji Zewnętrznej na kolejne 12 miesięcy nie stanowi zlecenia przez Zamawiającego poszczególnych usług opisanych w rozdz. 7.2 OPZ ujętych w tym dokumencie i odbywa się wyłącznie 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 opisanych w rozdz. 7.1 i 7.2 OPZ), m.in. kampanii, obsługi mediów społecznościowych, druków itp., niezbędnych do kompleksowego, profesjonalnego i należytego wykonania wszystkich zaplanowanych do realizacji działań.
2. Przygotowaniu prezentacji w formacie „ppt.” na temat inwestycji i bieżącej ich aktualizacji, na potrzeby realizowanych działań Wykonawcy oraz Zamawiającego.

#### 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. Do czasu zlecenia Wykonawcy stworzenia nowej strony www projektu (pkt 7.2.17 OPZ) swoje obowiązki Wykonawca wykonuje w stosunku do istniejącej strony www Zamawiającego. Po zleceniu i wykonaniu przez Wykonawcę nowej strony www (strony www Projektu) Wykonawca utrzymuje i aktualizuje nową stronę internetową, stworzoną w ramach usługi opisanej w pkt 7.2.17 OPZ.
2. **Blog** - aktualizowany co najmniej raz w miesiącu o nowe treści, ma być źródłem wiedzy na tematy związane z termicznym przekształcaniem odpadów, budowy instalacji, edukacji ekologicznej oraz gospodarki o obiegu zamkniętym, tym samym ma promować Inwestycję i budować pozytywną opinię o działalności Zakładu Termicznego Przekształcania Odpadów Komunalnych w Gdańsku.

#### 7.1.6 Prowadzenie profili i komunikacji 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), pełne administrowanie profilami Spółki na portalu Facebook, LinkedIn oraz You Tube, prowadzenie aktywnej komunikacji w mediach społecznościowych w całym okresie trwania Umowy, bieżący monitoring profili i niezwłoczne reagowanie, po konsultacji z Zamawiającym, na zamieszczane komentarze. Komunikacja na profilach odbywać się będzie w oparciu o zatwierdzany przez Zamawiającego plan komunikacji w mediach społecznościowych 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, 1 raz w tygodniu dla portalu LinkedIn oraz w momencie upublicznienia wskazanych przez Zamawiającego materiałów audiowizualnych dla portalu YouTube.

#### 7.1.7 Dostępność członków Zespołu Wykonawcy

Kierownik Zespołu (Key Account Manager) powinien być dostępny dla Zamawiającego przez cały okres wykonywania Umowy, z uwzględnieniem potrzeb Zamawiającego. Pozostali członkowie Zespołu Wykonawcy powinni być dostępni zgodnie z bieżącym zapotrzebowaniem w celu realizacji zleconych usług. Zamawiający określa, że regularne spotkania koordynacyjne Wykonawcy z Kierownikiem Zespołu Wykonawcy odbywać się będą w pierwszym roku współpracy w formule on-line, w kolejnych latach wg stanu epidemicznego i aktualnych zaleceń sanitarnych, w miejscu realizacji Projektu i w siedzibie Zamawiającego (lub on-line). Maksymalny wymiar spotkań koordynacyjnych Zamawiający ustala na 1 dzień w tygodniu, w ciągu godzin pracy Zamawiającego, w dni robocze, przy czym Zamawiający oczekuje, że Kierownik Zespołu stawi się w jego siedzibie w dniu wskazanym przez Zamawiającego. Wykonawca zapewni Kierownikowi odpowiednie wyposażenie techniczne umożliwiające wypełnienie obowiązków wynikających z Umowy, w tym

uczestnictwo w spotkaniach on-line, zapewniając łącze sieci Internet oraz urządzenia techniczne umożliwiające organizację spotkania on-line z wizją i dźwiękiem, umożliwiające efektywną komunikację Zamawiającego w ramach środków porozumiewania się na odległość. Udział w spotkaniach koordynacyjnych opisanych powyżej nie zwalnia Kierownika Zespołu od obowiązku ciągłego i stałego uczestnictwa oraz nadzoru nad całością wykonywanych na rzecz Zamawiającego przez Zespół Wykonawcy poszczególnych usług w ramach 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 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 7.2.6). 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 7.2.6 OPZ. Do akceptacji przez Zamawiającego Medioplanów stosuje się zasady opisane w pkt 6.3 OPZ. Dobór nośników reklamowych musi ściśle uwzględniać aktualną sytuację epidemiczną.

## **7.2 USŁUGI ŚWIADCZONE ZGODNIE Z BIEŻĄCYM ZAPOTRZEBOWANIEM ZAMAWIAJĄCEGO I Z UWZGLĘDNIENIEM MOŻLIWOŚCI PODEJMOWANIA OKREŚLONYCH DZIAŁAŃ PROMOCYJNO-INFORMACYJNYCH W STANIE EPIDEMII/ZAGROŻENIA EPIDEMICZNEGO**

**Usługi opisane w niniejszym rozdziale mogą być wykonywane wyłącznie po ich wcześniejszym zleceniu przez Zamawiającego według procedury opisanej w rozdz. 6.3 OPZ.** Usługi opisane w niniejszym rozdziale służą realizacji bieżących potrzeb Zamawiającego w zakresie działań promocyjno-informacyjnych Projektu, przebiegu Inwestycji oraz możliwości podejmowania określonych działań w związku z obowiązującymi wytycznymi epidemiczno-sanitarnymi.

Katalog usług ujętych w niniejszym rozdziale jest następujący:

### **7.2.1 System Identyfikacji Wizualnej**

Zadanie będzie polegało na dostosowaniu identyfikacji wizualnej Zamawiającego do systemu identyfikacji wizualnej jednostek organizacyjnych i spółek Miasta Gdańska, którym został objęty, w szczególności opracowanie dodatkowych wzorców niezbędnych do prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych, których nie obejmuje obecna księga znaku oraz 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. oraz z instrukcją oznakowania przedsięwzięć dofinansowanych ze środków NFOŚiGW) obecnie obowiązującej księgi znaku projektu w tym elementów związanych z identyfikacją budynku (logo zewnętrzne, tablice elewacyjne, tabliczki wewnętrzne informacyjne, flaga, totem) oraz innych (niewymienione powyżej), ale wynikające z opisu działań zawartych w niniejszej OPZ.

### **7.2.2 Organizacja wydarzeń promocyjno-informacyjnych**

Zadanie to będzie polegało na zaplanowaniu, pełnej organizacji i przeprowadzeniu: konferencji prasowych/briefingów prasowych, konferencji okolicznościowej, konferencji branżowej, spotkań z interesariuszami - związanych z realizacją Projektu, ze szczególnym naciskiem na tworzenie



atrakcyjnych koncepcji tematów i oprawy wydarzeń, tak by uwaga mediów lub uczestników przyciągana była skutecznie i owocowała dużą liczbą pozytywnych, merytorycznych relacji prasowych/medialnych. Terminy i ilości poszczególnych wydarzeń w ramach wskazanych w OPZ limitów maksymalnych szczegółowo ustalone będą z Zamawiającym w związku z bieżącymi potrzebami w zakresie komunikacji zewnętrznej oraz z uwzględnieniem założonej przez Wykonawcę Strategii Komunikacji Zewnętrznej. Formułę wszystkich zleconych do organizacji wydarzeń należy dostosować do panujących warunków epidemicznych uwzględniając możliwość realizacji przedsięwzięć, w formie tradycyjnej, w formule on-line lub hybrydowej, zapewniając równocześnie dla każdej z form organizowanych wydarzeń najbardziej optymalny przebieg w celu osiągnięcia pozytywnych skutków promocyjnych. Każdorazowo ostateczną decyzję co do wyboru formuły spotkania podejmuje Zamawiający, z uwzględnieniem obowiązujących przepisów prawa, wytycznych epidemiologiczno-sanitarnych i bezpieczeństwa uczestników.

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 następujących wydarzeń:

- 1. małej konferencji okolicznościowej** np. z okazji montażu walczaka („Chrzest Walczaka”) – ostateczny wybór wariantu wydarzenia, spośród opisanych poniżej (A, B, C) jest uzależniony od aktualnej sytuacji epidemicznej i obowiązujących wytycznych sanitarnych. Obowiązkiem Wykonawcy jest kompleksowa i całkowita organizacja przedsięwzięcia w jednym z wariantów:

**A. w przypadku organizacji małej konferencji okolicznościowej w wariacie na żywo Wykonawca co najmniej:**

- przygotuje zadaszone stanowisko w miejscu wydarzenia,
- zabezpieczy namiot, w którym zmieści się min. 50 zaproszonych osób plus 20 osób z mediów oraz oddzielnie wydzielona część cateringowa ze stolikami koktajlowymi,
- zapewni nagłośnienie i urządzenie audiowizualne (ekran, telewizor 80 cali na stojaku lub monitor z rzutnikiem),
- zapewni przygotowanie, produkcję i dystrybucję elektronicznych zaproszeń do wszystkich mediów lokalnych oraz redakcji mediów branżowych,
- zapewni przygotowanie, produkcję, dystrybucję elektronicznych zaproszeń do wszystkich wybranych wspólnie z Zamawiającym gości oraz weźmie czynny udział w zebraniu potwierdzeń dot. przybycia gości,
- zaplanuje i po akceptacji Zamawiającego wyprodukuje na potrzeby uroczystości małe upominki dla gości związane z ideą „gospodarki obiegu zamkniętego” lub z samym projektem spalarni (co najmniej dla 70 sztuk, wartość każdego z upominków minimum 30 zł za sztukę),
- przygotuje, zapewni produkcję i dystrybucję materiałów konferencyjnych,
- przygotuje wystrój i oznakowanie miejsca prowadzenia konferencji poprzez ustawienie min. dwóch roll-upów, dwóch ścianek wystawienniczych oraz dwóch tablic informacyjno-kierunkowych,
- zapewni konferansjera wydarzenia,
- przygotuje prezentację w formacie „ppt.” na potrzeby wydarzenia,
- wykonanie profesjonalnej relacji fotograficznej z przebiegu konferencji (minimum 50 zdjęć),
- opracuje scenariusz i wyprodukuje film będący relacją z wydarzenia (długość 1-2 minuty),
- udostępni materiały pokonferencyjne w dziale „press” internetowej witryny projektu,

- zamieści notatkę z konferencji w dziale „aktualności” internetowej witryny projektu,
- umieści fotografie z konferencji w dziale „galeria” internetowej witryny projektu,
- obowiązkiem Wykonawcy jest również zapewnienie cateringu dla min. 50 osób – w formie bufetu kawowego (kawa, herbata, soki, woda) oraz drobnym poczęstunkiem (ciastka, owoce). Wykonawca proponuje do wyboru 2 listy menu.
- czas trwania wydarzenia – ok. 2 godziny.

**B. w przypadku organizacji małej konferencji okolicznościowej w wersji hybrydowej Wykonawca co najmniej:**

- przygotuje zadaszone stanowisko w miejscu wydarzenia,
- zabezpieczy namiot, w którym zmieści się maks. 20 zaproszonych osób plus 10 osób z mediów,
- zapewni nagłośnienie i urządzenie audiowizualne (ekran, telewizor 80 cali na stojaku lub monitor z rzutnikiem),
- zapewni realizację transmisji wydarzenia on-line na wskazanych przez Zamawiającego mediach społecznościowych oraz na platformie streamingowej zapewnionej przez Wykonawcę w celu osadzenia transmisji na stronach internetowych (realizator, oświetlenie, minimum 2 kamery),
- zapewni przygotowanie, produkcję i dystrybucję elektronicznych zaproszeń do wszystkich mediów lokalnych oraz redakcji mediów branżowych (zaproszeń z linkiem do transmisji on-line),
- zapewni przygotowanie, produkcję, dystrybucję elektronicznych zaproszeń do wszystkich wybranych wspólnie z Zamawiającym gości (zaproszeń do udziału bezpośredniego i zaproszeń do udziału on-line z linkiem do transmisji),
- zaplanuje i po akceptacji Zamawiającego wyprodukuje na potrzeby uroczystości małe upominki dla gości związane z ideą „gospodarki obiegu zamkniętego” lub z samym projektem spalarni (30 szt., wartość każdego z upominków minimum 30 zł za sztukę),
- przygotuje, zapewni produkcję i dystrybucję materiałów konferencyjnych,
- przygotuje wystrój i oznakowanie miejsca wydarzenia poprzez ustawienie min. dwóch roll-upów, ścianki wystawienniczej,
- zapewni konferansjera wydarzenia,
- przygotuje prezentację w formacie „ppt.” na potrzeby wydarzenia,
- wykonanie profesjonalnej relacji fotograficznej z przebiegu konferencji (minimum 50 zdjęć),
- opracuje scenariusz i wyprodukuje film będący relacją z wydarzenia (długość 1-2 minuty)
- udostępni materiały pokonferencyjne w dziale „press” internetowej witryny projektu,
- zamieści notatkę z konferencji w dziale „aktualności” internetowej witryny projektu,
- umieści fotografie z konferencji w dziale „galeria” internetowej witryny projektu,
- obowiązkiem Wykonawcy jest również zapewnienie cateringu dla 20 osób – w formie bufetu kawowego (kawa, herbata, soki, woda) oraz drobnym poczęstunkiem (ciastka, owoce). Wykonawca proponuje do wyboru 2 listy menu.
- czas trwania wydarzenia szacuje się do 2 godzin.

**C. w przypadku organizacji małej konferencji okolicznościowej w wersji on-line Wykonawca co najmniej:**

- przygotuje zadaszone stanowisko w miejscu montażu wydarzenia,
- zapewni nagłośnienie i urządzenie audiowizualne (ekran, telewizor 80 cali na stojaku lub monitor z rzutnikiem),
- zapewni realizację transmisji wydarzenia on-line na wskazanych przez Zamawiającego mediach społecznościowych oraz na platformie streamingowej zapewnionej przez Wykonawcę w celu osadzenia transmisji na stronach internetowych (realizator, oświetlenie, minimum 2 kamery),

- zapewni przygotowanie, produkcję i dystrybucję elektronicznych zaproszeń do wszystkich mediów lokalnych oraz redakcji mediów branżowych (zaproszeń z linkiem do transmisji on-line),
- zapewni przygotowanie, produkcję, dystrybucję elektronicznych zaproszeń do wszystkich wybranych wspólnie z Zamawiającym gości (zaproszeń do udziału on-line z linkiem do transmisji),
- przygotuje, zapewni produkcję i dystrybucję materiałów konferencyjnych,
- przygotuje wystrój i oznakowanie miejsca wydarzenia poprzez ustawienie min. dwóch roll-upów, ścianki wystawienniczej,
- zapewni konferansjera wydarzenia,
- przygotuje prezentację w formacie „ppt.” na potrzeby wydarzenia,
- wykonanie profesjonalnej relacji fotograficznej z przebiegu konferencji (minimum 30 zdjęć),
- opracuje scenariusz i wyprodukuje film będący relacją z wydarzenia (długość 1-2 minuty)
- udostępni materiały pokonferencyjne w dziale „press” internetowej witryny projektu
- zamieści notatkę z konferencji w dziale „aktualności” internetowej witryny projektu,
- umieści fotografie z konferencji w dziale „galeria” internetowej witryny projektu,
- czas trwania wydarzenia szacuje się do 2 godzin.

Zamawiający zleci wykonanie tej usługi z minimalnym wyprzedzeniem 1 miesiąca.

## **2. Duża konferencja branżowa na zakończenie projektu**

Wykonawca zorganizuje dwudniową konferencję branżową i będzie odpowiedzialny za koordynację całości wydarzenia. Wydarzenie będzie podzielone na część merytoryczną (prelekcje, zwiedzanie instalacji) oraz część cateringową. Przewidziany udział zaproszonych przez Zamawiającego gości to maks. 100 osób. Formułę organizowanych wydarzeń należy dostosować do panujących warunków epidemicznych uwzględniając realizację przedsięwzięć, jeżeli wyniknie taka potrzeba, również w formie on-line lub w formie hybrydowej.

W zakres obowiązków Wykonawcy wchodzi kompleksowa organizacja tego wydarzenia, w jednym z wariantów:

### **A. w przypadku dużej konferencji branżowej zorganizowanej w wersji na żywo:**

- zaproponowanie Zamawiającemu programu konferencji promującej Projekt jako elementu GOZ (gospodarki o obiegu zamkniętym) domykającego system gospodarki odpadami komunalnymi w Gdańsku, jak również 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, na terenie Miasta Gdańska, 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, dwóch ścianek wystawienniczych oraz dwóch tablic informacyjno-kierunkowych,

- zapewnienia nagłośnienia, mównicy oznaczonej logotypem oraz 2 ekranów wraz z 2 rzutnikami,
- Wykonawca odpowiada za zapewnienie odpowiedniego zasilania elektrycznego i osprzętu do tego niezbędnego,
- przygotowanie, produkcję i dystrybucję materiałów konferencyjnych w teczkach,
- wykonanie profesjonalnej relacji fotograficznej z przebiegu wydarzenia (minimum 100 zdjęć),
- opracowanie scenariusza i produkcję filmu będącego relacją z wydarzenia (długość 1-2 minuty),
- zapewnienia cateringu wraz ze stolikami bankietowymi, nakryciem, filiżankami, talerzami, sztuczkami 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 proponuje Zamawiającemu 2 listy menu do wyboru (z podziałem na poszczególne dni konferencji),
- zapewnienie noclegu (ze śniadaniem) dla maks. 50 prelegentów, interesariuszy, gości Konferencji w hotelu w pokojach jednoosobowych; wykonawca przedstawi Zamawiającemu do wyboru dwie propozycje hotelu o kategorii min. 3 gwiazdki, na terenie Miasta Gdańska,
- zapewnienia konferansjera wydarzenia,
- zaplanowanie i produkcji 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).

#### **B. W przypadku organizacji tego wydarzenia w formule hybrydowej:**

- zaproponowanie Zamawiającemu programu konferencji promującej Projekt jako elementu GOZ (gospodarki o obiegu zamkniętym) domykającego system gospodarki odpadami komunalnymi w Gdańsku, jak również w ujęciu metropolitalnym,
- opracowanie listy gości i prelegentów,
- przygotowanie, produkcję i dystrybucję elektronicznych zaproszeń do wszystkich mediów lokalnych oraz redakcji mediów branżowych (zaproszeń z linkiem do transmisji on-line),
- przygotowanie, produkcję, dystrybucję elektronicznych zaproszeń do wszystkich wybranych wspólnie z Zamawiającym gości oraz czynny udział w zebraniu potwierdzeń dot. przybycia gości (zaproszeń do udziału bezpośredniego i zaproszeń do udziału on-line z linkiem do transmisji),
- wynajem sali konferencyjnej na potrzeby konferencji zaadoptowanej jako studio w celu realizacji transmisji on-line, z pełnym wyposażeniem technicznym niezbędnym do przeprowadzenia prezentacji i paneli dyskusyjnych (nagłośnienie, ekran itd.) oraz oddzielnej strefy na potrzeby cateringu (stoliki bankietowe) w hotelu o standardzie minimum 3 gwiazdek lub w centrum wystawienniczym. Miejsce konferencji, na terenie Miasta Gdańska, 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,
- zapewni możliwość łączenia i wystąpienia z prezentacjami prelegentów poza studiem,
- zapewni realizację transmisji wydarzenia on-line na wskazanych przez Zamawiającego mediach społecznościowych oraz na platformie streamingowej zapewnionej przez Wykonawcę w celu osadzenia transmisji na stronach internetowych (realizator, oświetlenie, minimum 2 kamery),
- Wykonawca odpowiada za zapewnienie odpowiedniego zasilania elektrycznego i osprzętu do tego niezbędnego;

- przygotowanie wystroju i oznakowanie miejsca prowadzenia konferencji poprzez ustawienie min. dwóch roll-upów, dwóch ścianek wystawienniczych,
- przygotowanie, produkcję i dystrybucję materiałów konferencyjnych dla uczestników konferencji – w teczkach dla prelegentów fizycznie uczestniczących w konferencji, poprzez udostępnienie do pobrania, dla gości uczestniczących on-line,
- wykonanie profesjonalnej relacji fotograficznej z przebiegu wydarzenia (minimum 80 zdjęć),
- opracowanie scenariusza i produkcję filmu będącego relacją z wydarzenia (długość 1-2 minuty),
- zapewnienie cateringu dla prelegentów maks. 30 osób. 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) – z podziałem na dwa dni konferencji. Wykonawca zaproponuje Zamawiającemu 2 listy menu do wyboru,
- zapewnienie noclegu (ze śniadaniem) dla maks. 20 prelegentów, interesariuszy, gości Konferencji w hotelu w pokojach jednoosobowych; 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).

### **C. w przypadku organizacji tego wydarzenia w formule on-line:**

- zaproponowanie Zamawiającemu programu konferencji promującej Projekt jako elementu GOZ (gospodarki o obiegu zamkniętym) domykającego system gospodarki odpadami komunalnymi w Gdańsku, jak również w ujęciu metropolitalnym,
- opracowanie listy gości i prelegentów,
- przygotowanie, produkcję i dystrybucję elektronicznych zaproszeń do wszystkich mediów lokalnych oraz redakcji mediów branżowych (zaproszeń z linkiem do transmisji on-line),
- przygotowanie, produkcję, dystrybucję elektronicznych zaproszeń do wszystkich wybranych wspólnie z Zamawiającym gości (zaproszeń do udziału on-line z linkiem do transmisji),
- wynajem sali konferencyjnej zaadoptowanej jako studio w celu realizacji transmisji on-line, z pełnym wyposażeniem technicznym niezbędnym do przeprowadzenia prezentacji i paneli dyskusyjnych (nagłośnienie, ekran itd.) oraz oddzielnej strefy na potrzeby cateringu (stoliki bankietowe) w hotelu o standardzie minimum 3 gwiazdek lub w centrum wystawienniczym. Miejsce konferencji, na terenie Miasta Gdańska, 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.
- zapewni możliwość łączenia i wystąpienia z prezentacjami prelegentów poza studiem,
- zapewni realizację transmisji wydarzenia on-line na wskazanych przez Zamawiającego mediach społecznościowych oraz na platformie streamingowej zapewnionej przez Wykonawcę w celu osadzenia transmisji na stronach internetowych (realizator, oświetlenie, minimum 2 kamery),
- Wykonawca odpowiada za zapewnienie odpowiedniego zasilania elektrycznego i osprzętu do tego niezbędnego;
- przygotowanie, produkcję i dystrybucję materiałów konferencyjnych dla uczestników konferencji poprzez udostępnienie do pobrania,
- wykonanie profesjonalnej relacji fotograficznej z przebiegu wydarzenia (minimum 30 zdjęć),
- opracowanie scenariusza i produkcję filmu będącego relacją z wydarzenia (długość 1-2 minuty),



- zapewnienie cateringu dla prelegentów maks. 15 osób. 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); Wykonawca zaproponuje Zamawiającemu 2 listy menu do wyboru,
- 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) oraz zapewni wysyłkę upominków dla gości Konferencji uczestniczących tylko on-line.

Niezależnie od zleconego Wykonawcy wariantu tego wydarzenia Zamawiający dopuszcza znalezienie przez Wykonawcę partnera wydarzenia i organizację konferencji o większej skali, dopuszczając udział pozostałych gości za opłatą za uczestnictwo na rzecz Wykonawcy. 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 minimalnym wyprzedzeniem 4 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 każdego wydarzenia, m.in. przygotowanie i rozesłanie zaproszeń, przygotowanie prezentacji, materiałów prasowych, poprowadzenie wydarzenia, ekspozycji brandingowej oraz w zależności od wybranego wariantu organizacji wydarzenia:

#### **A. w formule na żywo:**

- Wykonawca zapewni nagłośnienie i urządzenie do wyświetlania prezentacji.

#### **B. w formule hybrydowej:**

- Wykonawca zapewni nagłośnienie i urządzenie do wyświetlania prezentacji,
- Wykonawca zapewni transmisję on-line konferencji za pośrednictwem co najmniej mediów społecznościowych.

#### **C. w formule on-line:**

- Wykonawca zapewni możliwość połączenia się uczestników konferencji poprzez ogólnodostępną platformę komunikacji np. MS Teams.

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

Wykonawca zorganizuje spotkania 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. Wykonawca zapewni materiały informacyjne i promujące projekt z uwzględnieniem promocji idei „gospodarki obiegu zamkniętego” oraz w zależności od wybranego wariantu organizacji wydarzenia:

#### **A. w formule na żywo:**

- Wykonawca zapewni (w razie potrzeby) nagłośnienie i urządzenie do wyświetlania prezentacji.

#### **B. w formule hybrydowej:**

- Wykonawca zapewni nagłośnienie i urządzenie do wyświetlania prezentacji,
- Wykonawca zapewni transmisję on-line spotkania za pośrednictwem co najmniej mediów społecznościowych.

### C. w formule on-line:

- Wykonawca zapewni możliwość połączenia się uczestników spotkania poprzez ogólnodostępną platformę komunikacji MS Teams lub innej uzgodnionej z Zamawiającym.

### 7.2.3 Produkcja interaktywnej makiety architektonicznej

Zadanie polega na wyprodukowaniu interaktywnej, mobilnej makiety architektonicznej Zakładu o poniższych parametrach:



- a) Skala 1:150;
- b) Wymiar makiety około 133x126 cm, wymiar makiety wraz z ramą pod klosz około 143x136 cm; rama makiety wykonana z płyty OSB lub innej wykonanej z tworzyw pochodzących z recyklingu lub powtórnie przetworzonych;
- c) Makieta wykonana w technologii pleksi ciętej i grawerowanej laserowo z elementami druku 3D w pełnej kolorystyce z wycinaną stolarką okienną i drzwiową w detalu dostosowanym do skali makiety, w wykorzystaniem materiałów nadających się do recyklingu lub pochodzących z recyklingu, które zapewniając długotrwałe wykorzystanie, dla określenia kolorystyki budynków niezbędna próbka materiałowo-kolorystyczna dotycząca elewacji budynków, wykonana na podstawie projektu budowlanego do akceptacji/korekt Zamawiającego;
- d) Wewnątrz budynków uproszczona konstrukcja umożliwiająca podświetlenie obiektów/budynków;
- e) Na dachach budynków, obiektów wykonane w miarę możliwości oznaczenia budynków z możliwością podświetlenia, zgodnie ze wskazaniem Zamawiającego;
- f) Obiekty infrastruktury technicznej, urządzenia, rampy wykonane w kolorystyce i uproszczeniu dostosowanym do skali makiety;
- g) W poziomie terenu wykonane ramki wokół budynków i istotnych urządzeń znajdujących się na zewnątrz, ramka o szerokości 1-2 mm wykonana z pleksi rozpraszającej światło z możliwością oświetlenia;
- h) Ukształtowanie terenu zgodnie z planem zagospodarowania terenu z przedstawieniem chodników ulic, ciągów pieszo-jezdných z odzwierciedleniem wysokości i charakteru nawierzchni;
- i) Obszar na makiecie w dolnym prawym rogu przeznaczony pod grafikę, legendę, skalę, logotypy, opisy przygotowane przez Wykonawcę w oparciu o wytyczne od Zamawiającego, zgodnie z przyjętą identyfikacją wizualną Zakładu;
- j) Interaktywna makieta wyposażona w tablet 10 calowy w zabezpieczającej estetycznej obudowie na ruchomym ramieniu, obudowa tabletu na stałe przytwierdzona do makiety oraz



akumulator zabezpieczający dostawę prądu UPS, instalacja w makiecie z możliwością podłączenia makiety do sieci internetowej;

k) Zarządzanie oświetleniem w makiecie z pomocą tabletu i prezentacji wykonanej na podstawie przekazanych materiałów od Zamawiającego wg. specyfikacji poniżej:

- Strona tytułowa;
- Plan zagospodarowania terenu z aktywnym menu w dwóch ścieżkach prezentacji: Auto i Manual;
- Przedstawienie w formie technicznych wizualizacji 3D urządzeń i zachodzących procesów wraz z opisami;
- Skorelowane z podświetleniem makiety, zmianą kolorów oświetlenia a także możliwością świecenia ciągłego lub pulsacyjnego;
- Zakończenie prezentacji/logotypy i inne opisy wg wskazań Zamawiającego.

l) Makieta wyposażona w klosz ochronny z pleksi 5 mm gruby, gięty klejony, o wysokości ok. 37 – 40 cm;

m) Makieta ustawiona na mobilnym kubiku na kółkach o wysokości 80 cm wykonanym z płyty OSB lub innej wykonany z tworzyw nadających się do recyklingu lub pochodzących z recyklingu lub powtórnie przetworzonych z szafką i półką wewnątrz oraz przestrzenią zapewniającą swobodny przepływ powietrza i wentylacji instalacji makiety;

n) Włączanie oświetlenia makiety pod podstawę makiety, kabel zasilający do gniazda 230V;

o) Gwarancja na makietę 24 miesiące od daty zakończenia umowy oraz przez cały okres od dostarczenia Zamawiającemu do zakończenia obowiązywania umowy;

p) Możliwość serwisowania makiety w terminie 7 dni od daty zgłoszenia przez Zamawiającego usterki;

q) Możliwość rozbudowy, aktualizacji prezentacji i zdalne jej serwisowanie po podłączeniu aplikacji do Internetu.

Dodatkowo Zamawiający załącza poglądowe wizualizacje ZTPO wraz z zaznaczeniem głównych elementów instalacji:





#### 7.2.4 Przygotowanie mobilnego infokiosku

**Zadanie polegać będzie na przygotowaniu mobilnego infokiosku i prezentacji interaktywnej dotyczącej ZTPO i procesów technologicznych w niej prowadzonych wg poniższych wytycznych:**

- a) monitor dotykowy wielkości 32", w poziomie, pod kątem, do użytku wewnątrz pomieszczeń;
- b) cały infokiosk powinien być jak najlżejszy, mobilny, przenośny, stabilny, z możliwością płynnej regulacji wysokości nóżek w celu zmiany wysokości, z systemem zabezpieczeń przed zniszczeniem, zadrapaniem, z biciem oraz kradzieżą oraz z możliwością podłączenia do sieci elektrycznej o napięciu 230V/50Hz, wyposażony w przewód ochronny, wykonany zgodnie z obowiązującymi normami bezpieczeństwa, podłączenie do Internetu, parametry komputera i system operacyjny dostosowany do aplikacji;
- c) prezentacja powinna być opracowana w 3 trybach: wersja podstawowa, wersja skrócona, film – wszystkie tryby winny być wykonane w dwóch wersjach językowych;
- d) prezentacja powinna zawierać wizualizacje 3D spalarni (pokazane w pkt 7.2.3) z zewnątrz: wykonane z odzwierciedleniem charakterystycznej kolorystyki i zagospodarowania terenu wraz ze stosownymi opisami oraz wewnątrz: obrazujące urządzenia i zachodzące w nich procesy techniczne wraz z opisami dostosowanymi do grupy docelowej;
- e) plan zagospodarowania terenu – widok z góry z możliwością wyboru i swobodnego przechodzenia pomiędzy obiektami/procesami, wraz z opisami;
- f) materiały wykorzystane do projektu obudowy powinny być trwałe, w miarę możliwości pochodzące z recyklingu lub nadające się do recyklingu;
- g) skrzynia cargo do transportu;

- h) gwarancja 24 miesiące od daty zakończenia umowy oraz przez cały okres od dostarczenia Zamawiającemu do zakończenia obowiązywania umowy, przez cały okres serwis infokiosku w terminie 7 dni od daty zgłoszenia przez Zamawiającego usterki;
- i) możliwość rozbudowy, aktualizacji prezentacji i zdalne jej serwisowanie po podłączeniu aplikacji do Internetu.

### **7.2.5 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 w mediach, z wykorzystaniem mediów przewidzianych 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 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;  
profesjonalna dokumentacja fotograficzna z przeprowadzenia akcji (minimum 50 zdjęć) oraz film do 2 minut będący relacją z wydarzenia i 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 całkowity 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.

#### 7.2.6 Promocja Projektu- ATL, działania w sieci

- 1) **Wykup mediów na potrzeby realizowanych kampanii dot. promocji Projektu i organizowanych wydarzeń wg zaakceptowanego przez Zamawiającego Mediaplanu (pkt. 7.1.8 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. 7.2.14) 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/artykuły 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 rozgłośniach radiowych o największym zasięgu w Trójmieście (6 kampanii w trakcie trwania projektu , gdzie 1 kampania = 100 emisji spotów rozłożona na 3 rozgłośnie 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 Mediaplanów, 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

### 7.2.7 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 wchodzą 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: 30cmx40cm. 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 Strona postanowi inaczej.

### **7.2.9 Layout kampanii informacyjno-promocyjnej**

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

### **7.2.10 Badania opinii społecznej**

Zadanie polega na zaprojektowaniu i przeprowadzeniu w czasie trwania całego projektu maksymalnie dwóch badań opinii społecznej weryfikujących poziom wiedzy na temat ZTPO, korzyści z budowanej inwestycji dla mieszkańców i poziomu akceptowalności inwestycji wśród badanych. Badanie należy przeprowadzić w sposób uwzględniający obowiązujące w dacie jego wykonania zalecenia epidemiczne. Formułę zleconych Badań należy dostosować do panujących warunków epidemicznych uwzględniając możliwość realizacji przedsięwzięć w formie tradycyjnej, w formie wywiadów telefonicznych zapewniając równocześnie dla każdej najbardziej optymalny przebieg. Każdorazowo ostateczną decyzję co do wyboru formuły badania podejmuje Zamawiający, z uwzględnieniem obowiązujących przepisów prawa, wytycznych epidemiologiczno-sanitarnych i bezpieczeństwa uczestników.

#### **A. Badania w formie tradycyjnej- wymogi Zamawiającego:**

W ramach badań Zamawiający: opracuje kwestionariusz ankiety zawierający około 15 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).

### **B. Badania w formie telefonicznej – wymogi Zamawiającego:**

W ramach badań Zamawiający: opracuje kwestionariusz ankiety zawierający około 15 pytań merytorycznych, uwzględniający oczekiwania Zamawiającego, przeprowadzi badania w formie wywiadów telefonicznych na reprezentatywnej próbie 1000 mieszkańców we wskazanych przez Zamawiającego rejonach Gdańska lub gminach ościennych, 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.

#### **7.2.11 Materiały promujące Projekt i wspierające kampanię promocyjno-informacyjną**

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.

#### **7.2.12 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.



### 7.2.13 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. Każde szkolenie, dla grupy maks. 10 osobowej (czas trwania szkolenia maks 8 h). Wykonawca przedstawi temat i zakres szkoleń do akceptacji Zamawiającego.

Szkolenie należy przeprowadzić w sposób uwzględniający obowiązujące w dacie jego wykonania zalecenia epidemiczne.

Liczba szkoleń: maks. 3 w okresie obowiązywania Umowy

### 7.2.14 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 (**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 (**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) **Citylighty - (maks. 3x100szt)**
  - a) plakat o wymiarach 120x180 cm, druk jednostronny full color 4/0, Papier 170g przystosowany do podświetleń, dwustronnie biały
- 5) **Inne materiały poligraficzne** - przygotowanie i druk materiałów w liczbie i częstotliwości dostosowanych do założeń kampanii promocyjno-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.**

### 7.2.15 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:

- a) **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.: przygotowanie scenariusza, 1 dzień zdjęciowy, podkład muzyczny, montaż i postprodukcję filmu, grafikę początkową i końcową, belkę graficzną z podpisami i napisy, w przypadku nagrań lektorskich, opieka makijażystki w przypadku scenariusza uwzględniającego wywiady z osobami zaangażowanymi w projekt, stworzone od podstaw i dodane elementy animacji 2D i 3D (maksymalnie 1 minuta w czasie filmu).

#### **b) Film o projekcie na zakończenie**

- 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.: przygotowanie scenariusza, 7 dni zdjęciowych, podkład muzyczny, montaż - w tym montaż z wykorzystaniem materiału filmowego będącego w posiadaniu Zamawiającego, pełną postprodukcję filmu, belkę graficzną z podpisami i napisy, w przypadku nagrań lektorskich, 1 dzień zdjęciowy drona. Opieka makijażystki w przypadku scenariusza uwzględniającego występowanie w filmie osób zaangażowanych w projekt.

#### **c) 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 udostępnianie 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 oraz napisy, montaż i postprodukcję.

#### **d) Spoty promocyjne**

- liczba edycji: maks. 2
- czas trwania: 30 s
- format umożliwiający emisję w TV, w kinie oraz udostępnianie w Internecie.
- rozdzielczość 4K

W wycenie spotów należy uwzględnić każdorazowo: rozpisanie scenariusza, 1 dzień zdjęciowy, 1 podkład muzyczny, 1 dzień wynajmu studia, narrację lektorską i napisy, ekipę oświetleniową ze sprzętem, elementy animacji 2D i 3D, wynajem zaawansowanej kamery, ekipę techniczną, opiekę makijażystki, opiekę stylistki, scenografa, montaż i postprodukcję.

#### **7.2.16 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.

#### **7.2.17 Strona internetowa 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 przekaże 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, moduł BIP oraz blog firmowy.

Strona internetowa musi być zgodna z Ustawą z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych

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