

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej za pośrednictwem traffic TV, czyli ekranów na dworcach PKP, w 16 miastach - w miastach wojewódzkich lub innych miastach powyżej 100.000 mieszkańców. W ramach działań zostanie przygotowany krótki spot reklamowy dotyczący ZSK, który następnie będzie wyświetlany na określonej liczbie ekranów na każdym z 16 dworców PKP przez 7 dni.

Działanie ma na celu upowszechnienie Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji oraz promocję polityki uczenia się przez całe życie Lifelong Learning (LLL).

Zamówienie będzie finansowane z następującego projektu: Wsparcie rozwoju ZSK w szczególności na poziomie regionalnym poprzez wdrażanie rozwiązań i inicjatyw skierowanych do użytkowników końcowych systemu, współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój.

II. INFORMACJE NA TEMAT ZSK

Informacje na temat ZSK znajdują się na stronach: www.kwalifikacje.edu.pl oraz www.kwalifikacje.gov.pl.

III. GRUPA DOCELOWA

- Osoby uczące się (uczniowie wszystkich szkół i etapów edukacji formalnej)
- Osoby wchodzące lub powracające na rynek pracy
- Osoby chcące się przebranżowić lub poszerzyć swoje kwalifikacje
- Osoby chcące potwierdzić swoje kompetencje (uzyskać kwalifikację)
- Osoby bezrobotne

IV. CELE MARKETINGOWE I KOMUNIKACYJNE KAMPANII

Cele szczegółowe kampanii promocyjno-informacyjnej projektu:

Kampania ma na celu:

- 1) Szerzenie wiedzy i budowanie świadomości na temat ZSK;
- 2) Promocję polityki uczenia się przez całe życie Lifelong Learning (LLL);
- 3) Komunikowanie korzyści wynikających ze znajomości ZSK wśród grupy docelowej;
- 4) Promocję idei uczenia się przez całe życie w kontekście Krajowego Systemu Kwalifikacji i Polskiej Ramy Kwalifikacji;

- 5) Zmiana świadomości społecznej w zakresie postrzegania ścieżek kariery, podejścia do pozyskiwania kwalifikacji i uczenia się przez całe życie, zmiana oczekiwań wobec systemu edukacji;
- 6) Dostarczanie rzetelnej informacji o systemie, zachęcenie potencjalnych grup docelowych do wykorzystania rozwiązań jakie daje ZSK.

V. ZAKRES DZIAŁAŃ WYKONAWCY

1. Przygotowanie spotu reklamowego:

Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowanie spotu reklamowego ok. 30 sekund na podstawie scenariusza Zamawiającego. Forma graficzna spotu zostanie uzgodniona z Zamawiającym po podpisaniu umowy. Planuje się realizację spotu w postaci kolażu materiałów video. Zamawiający dostarczy scenariusz w dniu podpisania umowy. Wykonawca przygotuje wstępny materiał filmowy do akceptacji w terminie 5 dni roboczych. Zamawiający prześle uwagi w terminie 1 dnia roboczego, a Wykonawca naniesie je na materiał w terminie kolejnego 1 dnia roboczego.

Wstępny brief do spotu:

Film podzielony na dwie części, które przedstawiają krótko czym jest ZSK, a przede wszystkim jakie "Kowalski" ma z niego korzyści:

1. pracownik - z ZSK do kariery i sukcesu (przekazywanie pasji w biznes, zawód...)
2. pracodawca - dzięki ZSK łatwość pozyskiwania pracowników z faktycznymi / potwierdzonymi umiejętnościami i doświadczeniem

Przykładowy materiał filmowy, na podstawie, którego spot powinien zostać przygotowany:

<https://youtu.be/Ai5m00KBjRo>

Materiały video zamieszczone w przykładowym spocie będą mogły być udostępnione Wykonawcy do przygotowania spotu do kampanii traffic. Jednak może zdarzyć się sytuacja, że część materiałów graficznych lub filmowych będzie dostarczona przez Wykonawcę.

2. Emisja spotu reklamowego:

Wykonawca odpowiedzialny będzie za dostarczenie określonej liczby ekranów traffic TV oraz wyświetlanie spotu reklamowego na ekranach w wybranych konfiguracjach - jeśli chodzi o liczbę dni i czas emisji.

Kampania będzie realizowana na dworcach PKP w miastach wojewódzkich tj.: Warszawa, Kraków, Wrocław, Łódź, Poznań, Gdańsk, Lublin, Szczecin, Bydgoszcz, Katowice, Białystok, Olsztyn, Kielce, Rzeszów, Opole, Zielona Góra lub innych niebędących miastami wojewódzkimi, które posiadają ponad 100.000 mieszkańców. Kampania ma zasięg ogólnopolski i musi zostać zrealizowana w każdym województwie. Jeśli, w którymś województwie kampania nie może zostać zrealizowana z uwagi np. na remonty dworców lub brak ekranów na dworcach, Wykonawca zaproponuje miasta z innego województwa pow. 100 tys mieszkańców. W takich przypadkach dopuszcza się realizację kilku kampanii w ramach jednego województwa oraz 0 kampanii w ramach województw, w których nie ma ekranów lub dworce są w remoncie.

Minimalna liczba ekranów jaką Wykonawca jest zobowiązany zapewnić w ramach wszystkich dworców łącznie wynosi 46.

3. Wymagania odnośnie lokalizacji ekranów traffic TV:

- a. główne dworce PKP w miastach wskazanych w pkt 2

4. Wybór czasu emisji:

Spoty reklamowe będą wyświetlane na ekranach przez 7 dni w godzinach 8:00-20:00. Planuje się dzienną emisję na 1 ekran w liczbie 72 emisje (emisja minimum co 10 minut) na jeden ekran w danej lokalizacji.

5. Harmonogram działań:

- Działania zostaną rozplanowane na okres od momentu zawarcia umowy do 31 grudnia 2022,
- Wykonawca uzgodni z Zamawiającym szczegółowy harmonogram emisji spotów reklamowych na wybranych ekranach w trybie roboczym.

6. Wykonawca odpowiedzialny będzie za:

- przygotowanie spotu reklamowego
- dostarczenie określonej liczby ekranów
- zapewnienie emisji spotów w uzgodnionych terminach
- przygotowanie sprawozdania zawierającego statystyki dotarcia

VI. ZASIĘG

Działania informacyjno-promocyjne na ekranach traffic TV mają mieć charakter ogólnopolski i zapewnić dotarcie do jak największej liczby osób z grup docelowych. Zamawiający wymaga, aby każda wybrana lokalizacja emisji spotów reklamowych była w pełni dostępna dla pasażerów.

VII. ELEMENTY OBOWIĄZKOWE/ZALECENIA KOMUNIKACYJNE

Przestrzeganie przez Wykonawcę obowiązków wizualizacji

Działania promocyjne objęte zamówieniem będą realizowane zgodnie z:

- Wytycznymi dotyczącymi oznaczania projektów w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój,
- Systemem identyfikacji wizualnej projektów Instytutu Badań Edukacyjnych.

Wykonawca zobowiązany będzie do umieszczania logo Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój, logo Unii Europejskiej wraz z podpisem Unia Europejska, logo projektu oraz flagi RP na wszystkich materiałach promocyjno-informacyjnych dotyczących realizacji zamówienia.

VIII. TERMIN REALIZACJI I PŁATNOŚĆ

Przedmiot zamówienia będzie wykonywany od dnia podpisania umowy do **31.12.2022 r.**

Rozliczenie nastąpi na podstawie FV lub rachunku wystawionego przez Wykonawcę w terminie 21 dni od dostarczenia do siedziby zamawiającego. Podstawą do wystawienia dokumentu płatności będzie zatwierdzone przez obie strony sprawozdanie z kampanii i potwierdzający wykonanie wszystkich warunków zamówienia. Zamawiający dokona weryfikacji przedłożonego sprawozdania w terminie 1 dnia licząc od dnia dostarczenia go przez Wykonawcę.

Szczegółowy harmonogram realizacji zostanie uzgodniony pomiędzy stronami w trybie roboczym, z zastrzeżeniem, że wszystkie działania muszą zostać zakończone i odebrane w terminie do **31.12 2022 r. z zastrzeżeniem, że wyświetlanie kampanii musi zakończyć się do dnia 22.12.2022 r.**