# Załącznik nr 1B do SWZ

# Opis Przedmiotu Zamówienia – Część 2 kampania internetowa, mailingowa, prasowa i radiowa promująca System iPFRON+

## Przedmiot Zamówienia

Przedmiotem Zamówienia jest odpłatne świadczenie przez Wykonawcę na rzecz Zamawiającego usługi polegającej na przeprowadzeniu kampanii internetowej, mailingowej, prasowej oraz radiowej (w ramach Opcji) promującej System iPFRON+ zrealizowany w ramach projektu „Uniwersalna platforma do projektowania i realizacji programów wsparcia ON wraz ze zintegrowanym modułem analitycznym – System iPFRON+” w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa 2014-2020, Oś Priorytetowa 2 „E-administracja i otwarty rząd”, Działanie 2.1 „Wysoka dostępność i jakość e-usług publicznych”.

## Cele

Niniejszy Przedmiot Zamówienia jest częścią kampanii promocyjno-informacyjnej o charakterze ogólnopolskim, której celem nadrzędnym jest promocja Systemu iPFRON+ oraz dotarcie z tą informacją do jak największej liczby przedstawicieli Organizacji Pożytku Publicznego działających na rzecz Osób Niepełnosprawnych i zachęcenie ich do korzystania z Systemu. Kampania internetowa, mailingowa, prasowa i radiowa będzie skierowana do przedstawicieli Organizacji Pożytku Publicznego działających na rzecz osób z niepełnosprawnościami w całej Polsce.

## Grupy docelowe

* Organizacje pozarządowe, których przedmiotem działalności jest wspieranie osób niepełnosprawnych;
* Organizacje pozarządowe i inne podmioty działające na rzecz osób niepełnosprawnych.

## Zakres Przedmiotu Zamówienia

**[Kampania Internetowa, mailingowa, prasowa, radiowa]**

### **Zadanie nr 1 - Kampania reklamowa Systemu iPFRON+ w Internecie.**

* 1. Do zadań Wykonawcy w ramach Zadania nr 1 będzie należało:
     1. Przygotowanie 10 (**dziesięciu)** artykułów sponsorowanych z grafiką (w tym zdjęciem) zaakceptowaną przez Zamawiającego. Wykonawca zobowiązany jest wliczyć w koszt kampanii koszty związane z nabyciem praw do grafiki lub zdjęcia i ich przeniesienia na Zamawiającego na polach eksploatacji wskazanych w Umowie;
     2. Publikacja artykułów sponsorowanych wraz z grafiką i ich promocja w Internecie.
  2. Wykonawca w terminie uzgodnionym z Zamawiającym będzie przygotowywał sukcesywnie, zgodnie z zapotrzebowaniem zgłaszanym przez Zamawiającego, 10 (dziesięć) artykułów sponsorowanych z grafiką promujących System iPFRON+ (dalej jako „Artykuły”). Wykonawca przekaże Zamawiającemu do akceptacji każdy z Artykułów na adres e-mail wskazany w Paragrafie 17 ust. 1 Umowy lub inny uzgodniony z Zamawiającym.
  3. Zamawiający w terminie do 5 Dni Roboczych od dnia ich otrzymania w sposób opisany wyżej, dokona odbioru Artykułu lub zgłosi do niego uwagi. W przypadku zgłoszenia uwag przez Zamawiającego, Wykonawca zobowiązany jest je uwzględnić w terminie uzgodnionym z Zamawiającym.
  4. W sytuacji, gdy po ponownym przedstawieniu przez Wykonawcę do akceptacji Artykułu, Zamawiający zgłosi kolejne uwagi, procedura opisana w pkt 1.3. powyżej będzie powtarzana aż do momentu akceptacji Artykułu przez Zamawiającego. Jeżeli po dwukrotnym powtórzeniu procedury akceptacji Artykuł nie zostanie odebrany przez Zamawiającego, w takim przypadku Zamawiający naliczy karę umowną, o której mowa w Umowie.
  5. Wymagania co do każdego z Artykułów:
     1. Artykuł musi mieć długość około 4 tys. znaków (+/-10%) ze spacjami.
     2. Do Artykułu przynależeć będzie grafika. Jednym z elementów grafiki będzie zdjęcie, o którym mowa w pkt 1.1.1. OPZ. Grafika zostanie uzgodniona z Zamawiającym i musi zostać przez niego zaakceptowana przed jej wykorzystaniem w Artykule.
     3. Artykuł ma zawierać słowa kluczowe i link do wskazanej przez Zamawiającego witryny.
     4. Każdy opublikowany Artykuł w **danym portalu internetowym** (patrz pkt 1.5.6.1. OPZ) ma przynieść zasięg w postaci ….[[1]](#footnote-2) (co najmniej 5 tys. unikalnych użytkowników), a osiągnięcie tego wskaźnika poświadczone zostanie przez Wykonawcę raportem z Google Analytics.
     5. Każdy opublikowany Artykuł w **serwisach Regionalnych Polska Press,** o których mowa w pkt 1.5.6.2. OPZ, musi **łącznie[[2]](#footnote-3)** przynieść zasięg w postaci ….[[3]](#footnote-4) unikalnych użytkowników (co najmniej 5 tys. unikalnych użytkowników; dalej jako „wskaźnik”), a osiągnięcie tego wskaźnika poświadczone zostanie przez Wykonawcę raportem z Google Analytics. Dla Zamawiającego nie ma znaczenia w ilu serwisach zostanie opublikowany dany Artykuł, istotne jest aby każdy z opublikowanych Artykułów osiągnął wyżej wymieniony wskaźnik.
     6. Wykonawca zapewni:
        1. Jednokrotną publikację przez okres 7 dni kalendarzowych (lub mniejszą jeżeli zostanie osiągnięty wskaźnik, albo większą, jeżeli tego wymaga osiągniecie wskaźnika, jednak nie dłużej niż do upływu terminu wskazanego w pkt 1.7 OPZ) jednego Artykułu na jednym z portali internetowych wymienionych niżej:

| l.p. | Portal internetowy | Liczba Artykułów opublikowanych w portalu internetowym | Wskaźnik do osiągnięcia przez Wykonawcę w postaci unikalnych użytkowników[[4]](#footnote-5) |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. | [biznes Wiadomości gospodarcze z kraju i ze świata - TVN24 Biznes](https://tvn24.pl/biznes) | 1 | 5 tys. unikalnych użytkowników |
| 2. | Zdrowie TVN24 | 1 | 5 tys. unikalnych użytkowników |
| 3. | Dzień dobry TVN24 | 1 | 5 tys. unikalnych użytkowników |
| 4. | eDziecko.pl | 1 | 5 tys. unikalnych użytkowników |
| 5. | Zdrowie.Gazeta.pl | 1 | 5 tys. unikalnych użytkowników |
| 6. | Next.Gazeta.pl | 1 | 5 tys. unikalnych użytkowników |
| 7. | Onet Wiadomości | 1 | 5 tys. unikalnych użytkowników |
| 8. | GazetaWyborcza.pl | 1 | 5 tys. unikalnych użytkowników |
| 9. | WP Wiadomości | 1 | 5 tys. unikalnych użytkowników |
| 10. | RadioZet.pl | 1 | 5 tys. unikalnych użytkowników |
| 11. | Interia.pl | 1 | 5 tys. unikalnych użytkowników |
| 12. | SE.pl | 1 | 5 tys. unikalnych użytkowników |
| 13. | Polska portal grupy RMF | 1 | 5 tys. unikalnych użytkowników |

Decyzja o tym jaki Artykuł, w którym z portali internetowych będzie publikowany należy do Zamawiającego. Publikacja Artykułów na poszczególnych portalach będzie odbywać się zgodnie z ustalonym z Zamawiającym harmonogramem, przy czym ich publikacja ma się odbyć w okresie wskazanym w pkt 1.7. OPZ. Jeden Artykuł może być opublikowany na dwóch lub więcej portalach.

* + - 1. Jednokrotna publikację przez okres 7 dni kalendarzowych (lub mniejszą jeżeli zostanie osiągnięty wskaźnik, albo większą, jeżeli tego wymaga osiągniecie wskaźnika) jednego Artykułu w niżej wymienionych serwisach Regionalnych Polska Press (reklama@polskapress.pl):
* dziennikbaltycki.pl,
* dzienniklodzki.pl,
* dziennikpolski24.pl,
* dziennikzachodni.pl,
* echodnia.eu,
* expressbydgoski.pl,
* expressilustrowany.pl,
* gazetakrakowska.pl,
* gazetalubuska.pl,
* gazetawroclawska.pl,
* gk24.pl,
* gloswielkopolski.pl,
* gp24.pl,
* gs24.pl,
* kurierlubelski.pl,
* nowiny24.pl,
* nowosci.com.pl,
* nto.pl,
* pomorska.pl,
* poranny.pl,
* to.com.pl,
* wspolczesna.pl

Decyzja o tym jaki Artykuł, w którym z serwisów Regionalnych Polska Press będzie publikowany należy do Zamawiającego. Publikacja Artykułów na poszczególnych serwisach Regionalnych Polska Press będzie odbywać się zgodnie z ustalonym z Zamawiającym harmonogramem, przy czym ich publikacja ma się odbyć w okresie wskazanym w pkt 1.7. niniejszego Rozdziału. Jeden Artykuł może być opublikowanych na dwóch lub więcej serwisach Regionalnych Polska Press.

* + - 1. Jednokrotną publikację przez okres 7 dni kalendarzowych każdego z dziesięciu Artykułów, na stronie głównej w serwisie NGO.pl ([reklama@portal.ngo.pl](mailto:reklama@portal.ngo.pl)). Publikacja Artykułów odbędzie się wg harmonogramu ustalonego z Zamawiającym.
  1. Wykonawca w terminie 5 Dni Roboczych liczonych od dnia zakończenia publikacji zgodnie z harmonogramem Artykułów w portalach internetowych wymienionych w pkt 1.5.6.1. OPZ, serwisach Regionalnych Polska Press wymienionych w pkt 1.5.6.2. OPZ oraz w serwisie NGO.pl, przygotuje raport końcowy potwierdzający wykonanie Zadania nr 1. Raport końcowy musi zawierać listę linków do Artykułów opublikowanych na portalach internetowych, serwisach Regionalnych Polska Press wymienionych wyżej oraz NGO.pl, a także zasięgi w postaci unikalnych użytkowników (patrz pkt 1.5.4. i pkt 1.5.5. OPZ). Wykonawca musi zadbać o to, aby linki do Artykułów były aktywne i możliwe do zweryfikowania przez Zamawiającego.

Propozycję raportu końcowego Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji po zawarciu Umowy. Raport końcowy podlega akceptacji Zamawiającego i będzie on załącznikiem do Protokołu Odbioru. Wykonawca zobowiązany jest uwzględnić uwagi Zamawiającego do raportu końcowego w terminie uzgodnionym z Zamawiającym.

Protokół Odbioru podpisany przez Zamawiającego bez zastrzeżeń będzie podstawą do wypłaty wynagrodzenia Wykonawcy z tytuł należytego wykonania Zadania nr 1.

* 1. **Termin publikacji Artykułów w ramach Zadania nr 1 – od dnia 1 września do 30 listopada 2023 r. Szczegółowy harmonogram publikacji Artykułów na poszczególnych portalach internetowych, serwisach Regionalnych Polska Press i NGO.pl, Strony uzgodnią po zawarciu Umowy.**
  2. Termin realizacji całości Zadania nr 1, w tym jego przygotowania i przedstawienia raportu końcowego z realizacji Zadania – do 6 miesięcy od dnia zawarcia Umowy, jednak nie dłużej niż do dnia 10 grudnia 2023 r. Szczegółowy harmonogram realizacji Zadania nr 1 Strony uzgodnią po zawarciu Umowy.

### **Zadanie nr 2 - Kampania reklamowa Systemu iPFRON+ w mediach społecznościowych**

* 1. W ramach Zadania nr 2 Wykonawca przygotuje i przeprowadzi kampanię reklamową Systemu iPFRON+ w poniższych mediach społecznościowych Zamawiającego:
     1. Facebook, <https://www.facebook.com/iPFRONplus>
     2. Twitter, [https://twitter.com/Ipfron](https://twitter.com/IPfron)
     3. Linkedin, <https://www.linkedin.com/company/ipfronplus>
     4. Instagram, który w imieniu Zamawiającego Wykonawca założy niezwłocznie po zawarciu Umowy, jednak nie dłużej niż w terminie 10 Dni Roboczych od dnia zawarcia Umowy. Szczegółowy zakres czynności Wykonawcy związanych z założeniem konta zostanie uzgodniony przez Strony po zawarciu Umowy.
  2. Kampania powinna mieć formę płatnych działań promujących System iPFRON+ w postaci postów i grafik. Częstotliwość zamieszczania postów wynosi 5 postów w tygodniu, od poniedziałku do piątku po jednym poście każdego dnia na każdym kanale wymienionym w pkt 2.1. OPZ.
  3. Przygotowanie oraz wykonanie postów i grafik będzie zadaniem Wykonawcy. Każda grafika musi zawierać opis alternatywny zgodnie z wymogami WCAG 2.1.
  4. Wykonawca zobowiązany będzie przedstawiać Zamawiającemu każdorazowo 5 grafik i postów na tydzień przed ich planowaną emisją w mediach społecznościowych wymienionych w pkt 2.1. OPZ. Tylko posty i grafiki zatwierdzone przez Zamawiającego mogą pojawić się w wyżej wymienionych kanałach.
  5. Każdy post i grafika wymaga akceptacji Zamawiającego przed jego opublikowaniem w mediach społecznościowych. Posty i grafiki Wykonawca będzie przekazywał do Zamawiającego na adres mailowy wskazany w Paragrafie 17 ust. 1 Umowy lub inny uzgodniony z Zamawiającym.
  6. Zamawiający dokona odbioru postów i grafik lub zgłosi do nich uwagi. W przypadku zgłoszenia uwag przez Zamawiającego do przedstawionych do akceptacji postów i grafik, Wykonawca zobowiązany jest je uwzględnić w terminie 1 Dnia Roboczego.
  7. W sytuacji, gdy po ponownym przedstawieniu przez Wykonawcę do akceptacji postów lub grafik, Zamawiający zgłosi kolejne uwagi, procedura opisana w pkt 2.6. powyżej będzie powtarzana aż do momentu akceptacji postów i grafik. Jeżeli po dwukrotnym powtórzeniu procedury akceptacji postów i grafik nie będzie możliwa ich publikacja zgodnie z ustalonym harmonogramem, w takim przypadku Zamawiający naliczy Wykonawcy karę umowną, o której mowa w Paragrafie 12 ust. 9 pkt 9.5. Umowy.
  8. Zaakceptowane przez Zamawiającego posty i grafiki Wykonawca będzie zobowiązany na bieżąco publikować na mediach społecznościowych wymienionych w pkt 2.1. niniejszego Rozdziału.
  9. Celem kampanii reklamowej w mediach społecznościowych, który należy osiągnąć na skutek wykonania Zadania nr 2, będzie zwiększenie o co najmniej 7 tys. obserwujących na każdym z kanałów wymienionych w pkt 2.1. OPZ.
  10. **Termin realizacji kampanii w mediach społecznościowych wymienionych w pkt 2.1. powyżej realizowanej w ramach Zadania nr 2 - od dnia 1 wrzesień do dnia 30 listopada 2023 r. Szczegółowy harmonogram kampanii Strony uzgodnią po zawarciu Umowy.**
  11. Wykonawca w terminie 5 Dni Roboczych od upływu terminu, o którym mowa w pkt 2.10. powyżej, przedstawi Zamawiającemu raport końcowy potwierdzający wykonanie Zadania nr 2 zgodnie z wymogami Zamawiającego oraz potwierdzający zwiększenie liczby obserwujących o czym mowa w punkcie 2.9. niniejszego Rozdziału. Propozycję treści raportu końcowego Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji po zawarciu Umowy. Raport końcowy podlega akceptacji Zamawiającego i będzie on załącznikiem do Protokołu Odbioru. Wykonawca zobowiązany jest uwzględnić uwagi Zamawiającego do raportu końcowego w terminie uzgodnionym z Zamawiającym.
  12. Protokół Odbioru podpisany przez Zamawiającego bez zastrzeżeń będzie podstawą do wypłaty wynagrodzenia Wykonawcy z tytuł należytego wykonania Zadania nr 2.
  13. Termin realizacji całości Zadania nr 2 – do 6 miesięcy od dnia zawarcia Umowy, jednak nie dłużej niż do dnia 10 grudnia 2023 r. Szczegółowy harmonogram realizacji całości Zadania nr 2 Strony uzgodnią po zawarciu Umowy.

**[Kampania mailingowa]**

### **Zadanie nr 3 - Kampania mailingowa.**

* 1. Wykonawca, w terminie uzgodnionym z Zamawiającym, będzie przygotowywał sukcesywnie, zgodnie z zapotrzebowaniem zgłaszanym przez Zamawiającego, 6 różnych tekstów promujących System iPFRON+, każdy z nich na 2 tys. Znaków (+/- 10%) ze spacjami, przeznaczonych do wysyłki mailingowej (dalej jako „Teksty”).
  2. Wykonawca zobowiązany jest uzgodnić treść Tekstów z Zamawiającym przed przystąpieniem do ich realizacji.
  3. Wykonawca przekaże Zamawiającemu do akceptacji każdy z Tekstów na adres e-mail wskazany w Paragrafie 17 ust. 1 Umowy lub inny uzgodniony z Zamawiającym.
  4. Zamawiający w terminie do 5 Dni Roboczych dokona odbioru Tekstu lub zgłosi do niego uwagi. W przypadku zgłoszenia uwag przez Zamawiającego, Wykonawca zobowiązany jest je uwzględnić w terminie uzgodnionym z Zamawiającym.
  5. W sytuacji, gdy po ponownym przedstawieniu przez Wykonawcę do odbioru Tekstu, Zamawiający zgłosi kolejne uwagi, procedura opisana w pkt 3.4. powyżej będzie powtarzana aż do momentu akceptacji Tekstu przez Zamawiającego. Jeżeli po dwukrotnym powtórzeniu procedury odbiorowej Tekst nie zostanie odebrany przez Zamawiającego, w takim przypadku Zamawiający naliczy karę umowną, o której mowa w Umowie. Procedura akceptacji opisana w pkt 3.4. i pkt 3.5. dotyczy akceptacji każdego z Tekstów.
  6. Wykonawca po zaakceptowaniu przez Zamawiającego Tekstu zrealizuje kampanię mailingową, która będzie polegała na wysyłce do organizacji pożytku publicznego działających na rzecz ON (dalej jako „OPP”) wpisanych do bazy NGO.pl **6 (sześciu) wysyłek mailingowych**, to jest po **2 (dwie) wysyłki w każdym miesiącu (wrzesień, październik, listopad 2023 roku)**. Tekst do każdej z wysyłek mailingowych Wykonawca uzgodni z Zamawiającym.
  7. Baza NGO na dzień 31 marca 2023 roku liczy 950 Organizacji Pożytku Publicznego ([reklama@portal.ngo.pl](mailto:reklama@portal.ngo.pl)).
  8. Wszelkie koszty związane z realizacją Zadania nr 3 ponosi Wykonawca, w tym wszelkie koszty współpracy z NGO.pl.
  9. **Termin realizacji kampania mailingowej realizowanej w ramach Zadania nr 3 - od dnia 1 września do dnia 30 listopada 2023 r. Szczegółowy harmonogram kampanii mailingowej Strony uzgodnią po zawarciu Umowy.**
  10. Wykonawca, w terminie do 5 Dni Roboczych od upływu terminu, o którym mowa w pkt 3.9. powyżej, przedstawi Zamawiającemu raport końcowy potwierdzający wykonanie Zadania nr 3. Propozycję treści raportu końcowego Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji po zawarciu Umowy. Raport końcowy podlega akceptacji Zamawiającego i będzie on załącznikiem do Protokołu Odbioru. Wykonawca zobowiązany jest uwzględnić uwagi Zamawiającego do raportu końcowego w terminie uzgodnionym z Zamawiającym.

Protokół Odbioru podpisany przez Zamawiającego bez zastrzeżeń będzie podstawą do wypłaty wynagrodzenia Wykonawcy z tytuł należytego wykonania Zadania nr 3.

* 1. Termin realizacji całości Zadania nr 3 – do 6 miesięcy od dnia zawarcia Umowy, jednak nie dłużej niż do 10 grudnia 2023 r. Szczegółowy harmonogram realizacji Zadania nr 3 Strony uzgodnią po zawarciu Umowy.

### **Zadanie nr 4 - Kampania prasowa Systemu iPFRON+.**

* 1. **Wykonawca w ramach kampanii prasowej Systemu iPFRON+ zrealizuje następujące elementy:**
     1. w terminie uzgodnionym z Zamawiającym:

1. opracuje graficznie i edytorsko 1 (jeden) artykuł sponsorowany (promujący System iPFRON+) na 4 tys. znaków (+/- 10%) ze spacjami;
2. przygotuje grafikę według wytycznych Zamawiającego.
   * 1. Wykonawca przekaże artykuł sponsorowany oraz grafikę Zamawiającemu do akceptacji na adres e-mail wskazany w Paragrafie 17 ust. 1 Umowy lub inny uzgodniony z Zamawiającym.
     2. Zamawiający w terminie do 5 Dni Roboczych dokona akceptacji artykułu sponsorowanego oraz grafiki lub zgłosi do niech uwagi. W przypadku zgłoszenia uwag przez Zamawiającego, Wykonawca zobowiązany jest je uwzględnić w terminie uzgodnionym z Zamawiającym.
     3. W sytuacji, gdy po ponownym przedstawieniu przez Wykonawcę do akceptacji artykułu sponsorowanego oraz grafiki, Zamawiający zgłosi kolejne uwagi, procedura opisana w pkt 4.1.3. powyżej będzie powtarzana aż do momentu ich akceptacji przez Zamawiającego. Jeżeli po dwukrotnym powtórzeniu procedury akceptacyjnej artykuł oraz grafika nie zostaną zaakceptowane przez Zamawiającego, w takim przypadku Zamawiający naliczy karę umowną, o której mowa w Paragrafie 12 ust. 9 pkt 9.11. Umowy.
     4. Wykonawca zakupi/zapewni powierzchnię reklamową do publikacji artykułu sponsorowanego wraz z grafiką w gazetach lokalnych wskazanych w pkt 4.2.3. poniżej;
     5. Wykonawca zapewni publikację artykułu sponsorowanego wraz z grafiką w gazetach o zasięgu lokalnym, o których mowa w pkt 4.2.3. w terminie wskazanym w pkt 4.3. OPZ.
   1. Wymagania dotyczące artykułu sponsorowanego wraz z grafiką oraz jego publikacji:
      1. Artykuł sponsorowany musi zostać opublikowany w wielkości 1/2 strony, w pierwszych 25% zadruku, w kolorze druku: full kolor.
      2. Publikacja artykułu nastąpi jednokrotnie w każdej z gazet wymienionych w pkt 4.2.3. poniżej.
      3. Wykonawca jest zobowiązany opublikować artykuł sponsorowany razem z przygotowaną grafiką we wszystkich gazetach lokalnych zamieszczonych na stronie: <http://gazetylokalne.pl/spis-tytulow/>. Na dzień 06.04.2023 r. na liście jest 130 gazet lokalnych.
   2. **Termin publikacji artykułu sponsorowanego wraz z grafiką realizowanego w ramach Zadania nr 4 – od dnia 1 października do dnia 30 listopada 2023 r. Szczegółowy harmonogram publikacji artykułu wraz z grafiką Strony uzgodnią po zawarciu Umowy.**
   3. Wykonawca w terminie określonym w pkt 4.3. powyżej zobowiązany jest do publikacji przez okres 5 dni kalendarzowych na stronach internetowych ……[[5]](#footnote-6) gazet lokalnych spośród wymienionych na liście zamieszczonej na stronie: <http://gazetylokalne.pl/spis-tytulow/>, banera odsyłającego do Systemu iPFRON lub publikacji jednego artykułu (liczba znaków artykułu - 4000 (+/-10%) przygotowanego przez Wykonawcę na temat Systemu iPFRON+ na stronach internetowych …. gazet lokalnych spośród wymienionych na liście zamieszczonej na stronie: <http://gazetylokalne.pl/spis-tytulow/>.

Pierwszy dzień publikacji artykułu sponsorowanego w gazecie lokalnej w wersji papierowej będzie pierwszym dniem publikacji banera. Przykład: artykuł opublikowany w wersji papierowej Tygodnika Siedleckiego w dniu 1 października 2023, tego samego dnia ukazuje się baner na stronie internetowej tygodnika [https://www.tygodniksiedlecki.com/#](https://www.tygodniksiedlecki.com/).

Baner do publikacji na stronach internetowych gazet lokalnych przygotuje Zamawiający.

Jeżeli nie będzie możliwa publikacja banera na stronie internetowej gazety lokalnej, Zamawiający dopuszcza możliwość zastąpienia go artykułem (liczba znaków - 4000 (+/-10%) ze spacjami przygotowanym przez Wykonawcę na temat Systemu iPFRON+. Artykuł podlega akceptacji Zamawiającego przed terminem jego publikacji.

* 1. Wykonawca, w terminie do 5 Dni Roboczych liczonych od następnego dnia od dnia publikacji artykułu sponsorowanego w ostatniej spośród gazet wymienionych w pkt 4.2.3. OPZ, dostarczy Zamawiającemu:
* Wersję elektroniczną gazety i/lub po jednym egzemplarzu każdego tytułu prasowego, w którym ukazał się artykuł sponsorowany wraz z grafiką (patrz pkt 4.2.3. OPZ), oraz
* potwierdzenie zamieszczenia banera lub artykułu, o którym mowa w pkt 4.4. OPZ np. w postaci print screen[[6]](#footnote-7),

co będzie stanowiło podstawę do podpisania przez Zamawiającego Protokół Odbioru Zadania nr 4. Protokół Odbioru podpisany przez Zamawiającego bez zastrzeżeń będzie podstawą do wypłaty wynagrodzenia Wykonawcy z tytuł należytego wykonania Zadania nr 4.

* 1. Termin realizacji całości Zadania nr 4 – do 6 miesięcy od dnia zawarcia Umowy, jednak nie dłużej niż do 10 grudnia 2023 r. Szczegółowy harmonogram realizacji całości Zadania nr 4 Strony uzgodnią po zawarciu Umowy. Harmonogram i jego zmiany wymagają akceptacji Zamawiającego. Za aktualizację harmonogramu odpowiada Wykonawca.

### **Zadanie nr 5 - Kampania radiowa Systemu iPFRON+. Zadanie to będzie realizowane w ramach Opcji.**

* 1. Wykonawca w ramach kampanii radiowej Systemu iPFRON+ zrealizuje następujące elementy:
     1. Wykonawca w terminie uzgodnionym z Zamawiającym opracuje scenariusz 15 sekundowego spotu radiowego.
     2. Wykonawca przekaże scenariusz Zamawiającemu do akceptacji na adres e-mail wskazany w Paragrafie 17 ust. 1 Umowy lub inny uzgodniony z Zamawiającym.
     3. Zamawiający w terminie do 5 Dni Roboczych dokona odbioru scenariusza lub zgłosi do niego uwagi. W przypadku zgłoszenia uwag przez Zamawiającego, Wykonawca zobowiązany jest je uwzględnić w terminie uzgodnionym z Zamawiającym.
     4. W sytuacji, gdy po ponownym przedstawieniu przez Wykonawcę do akceptacji scenariusza, Zamawiający zgłosi kolejne uwagi, procedura opisana w pkt 5.1.3. powyżej będzie powtarzana aż do momentu ich akceptacji przez Zamawiającego. Jeżeli po dwukrotnym powtórzeniu procedury akceptacji scenariusza nie zostanie on zaakceptowany przez Zamawiającego, w takim przypadku Zamawiający naliczy karę umowną, o której mowa w Paragrafie 12 ust. 9 pkt 9.13. Umowy.
     5. Po akceptacji Zamawiającego, Wykonawca przystąpi do realizacji spotu, który po jego wykonaniu przekaże Zamawiającemu do akceptacji na adres e-mail wskazany w Paragrafie 17 ust. 1 Umowy lub inny uzgodniony z Zamawiającym.
     6. Wymagania dotyczące spotu:

1. 2 lektorów,
2. ilustracja muzyczno-dźwiękowa,
3. na końcu spotu lektor musi przeczytać informację: Kampania została zrealizowana w ramach projektu: „Uniwersalna platforma do projektowania i realizacji programów wsparcia ON wraz ze zintegrowanym modułem analitycznym – System iPFRON+” w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa 2014-2020, Oś Priorytetowa 2 „E-administracja i otwarty rząd”, Działanie 2.1 „Wysoka dostępność i jakość e-usług publicznych”.
4. mastering.
   * 1. Zamawiający w terminie do 5 Dni Roboczych dokona akceptacji spotu lub zgłosi do niego uwagi. W przypadku zgłoszenia uwag przez Zamawiającego, Wykonawca zobowiązany jest je uwzględnić w terminie uzgodnionym z Zamawiającym.
     2. W sytuacji, gdy po ponownym przedstawieniu przez Wykonawcę do akceptacji spotu, Zamawiający zgłosi kolejne uwagi, procedura opisana w pkt 5.1.7. powyżej będzie powtarzana aż do momentu ich akceptacji przez Zamawiającego. Jeżeli po dwukrotnym powtórzeniu procedury, o której mowa wyżej, spot nie zostanie zaakceptowany przez Zamawiającego, w takim przypadku Zamawiający naliczy karę umowną, o której mowa w Paragrafie 12 ust. 9 pkt 9.13. Umowy.
     3. Wykonawca zakupi/zapewni emisję spotu w ogólnopolskich rozgłośniach Polskiego Radia w terminie wskazanym w punkcie 5.3. OPZ.
   1. Wymagania dotyczące emisji spotu:
      1. Emisja spotu nastąpi w każdej z wymienionych 17 ogólnopolskich stacji radiowych po 25 razy od poniedziałku do piątku w godzinach 7:00 – 15:00;
      2. 17 rozgłośni Polskiego Radia zrzeszonych jest w Audytorium 17, <https://audytorium17.pl/>. Emisja spotu musi nastąpić w następujących stacjach radiowych: Radio Gdańsk, Polskie Radio Koszalin, Polskie Radio Olsztyn, Radio Szczecin, Radio PiK, Polskie Radio Białystok, Radio Zachód, Radio Poznań, Polskie Radio RDC, Polskie Radio Lublin, Radio Wrocław, Radio Łódź, Radio Kielce, Radio Opole, Polskie Radio Katowice, Radio Rzeszów, Radio Kraków.
   2. **Termin emisji spotu realizowanego w ramach Zadania nr 5 – od dnia 1 października do dnia 30 listopada 2023 r. Szczegółowy harmonogram emisji, Strony uzgodnią po zawarciu Umowy.**
   3. Wykonawca w terminie określonym w pkt 5.3. powyżej zobowiązany jest do publikacji przez okres 5 dni kalendarzowych na stronie internetowej …..[[7]](#footnote-8) rozgłośni/rozgłośniach Polskiego Radia spośród zrzeszonych w Audytorium 17 (Lista wszystkich rozgłośni radiowych dostępna jest na stronie <https://audytorium17.pl/>), banera odsyłającego do Systemu iPFRON, lub publikacji jednego artykułu (liczba znaków artykułu - 4000 (+/-10%) ze spacjami przygotowanego przez Wykonawcę na temat Systemu iPFRON+ na stronach internetowych …. Rozgłośni/rozgłośniach Polskiego Radia spośród zrzeszonych w Audytorium 17 (Lista wszystkich rozgłośni radiowych dostępna jest na stronie <https://audytorium17.pl/>).

Pierwszy dzień emisji spotu w danej rozgłośni radiowej będzie pierwszym dniem publikacji banera. Przykład: kampania spotów na antenie Radia Kraków rozpocznie się w dniu 1 października 2023, tego samego dnia zostanie opublikowany baner na stronie internetowej Radia Kraków https://www.radiokrakow.pl/.

Jeżeli nie będzie możliwa publikacja banera na stronie internetowej rozgłośni radiowej, Zamawiający dopuszcza możliwość zastąpienia go artykułem (liczba znaków - 4000 (+/-10%) przygotowanym przez Wykonawcę na temat Systemu iPFRON+. Artykuł podlega akceptacji Zamawiającego przed terminem jego publikacji.

* 1. Wykonawca, w terminie do 5 Dni Roboczych liczonych od następnego dnia od dnia zakończenia emisji spotu, dostarczy Zamawiającemu raport potwierdzający:
* 25 krotną emisję spotu w każdej z 17 rozgłośni,
* potwierdzenie zamieszczenia banera lub artykułu, o którym mowa w pkt 4.4 .OPZ np. w postaci print screen[[8]](#footnote-9),

co będzie stanowiło podstawę do podpisania przez Zamawiającego Protokołu Odbioru Zadania nr 5. Protokół Odbioru podpisany przez Zamawiającego bez zastrzeżeń będzie podstawą do wypłaty wynagrodzenia Wykonawcy z tytuł należytego wykonania Zadania nr 5.

* 1. Termin realizacji całości Zadania nr 5 – do 6 miesięcy od dnia zawarcia Umowy jednak nie dłużej niż do 10 grudnia 2023 r. Szczegółowy harmonogram realizacji całości Zadania nr 5 Strony uzgodnią po zawarciu Umowy. Za aktualizację harmonogramu odpowiada Wykonawca.

## Ogólne wymagania dotyczące realizacji Przedmiotu Zamówienia

1. Zamawiający niezwłocznie po zawarciu Umowy przekaże Wykonawcy materiały dotyczące projektu iPFRON+.
2. Zamawiający po zawarciu Umowy przeprowadzi spotkania z Wykonawcą (dalej jako „Spotkanie”) w celu omówienia szczegółów Przedmiotu Zamówienia, w tym przedstawienie planu pracy i ustalenie poszczególnych działań. Termin Spotkania Strony uzgodnią niezwłocznie po zawarciu Umowy.
3. Spotkanie może odbyć się w lokalizacji Zamawiającego mieszczącej się w Warszawie lub za pośrednictwem narzędzia do komunikacji na odległość (typu Teams MS).
4. Wykonawca po Spotkaniu, w terminie uzgodnionym przez Strony, przygotuje i przedstawi do akceptacji Zamawiającego harmonogram realizacji wszystkich Zadań będących przedmiotem niniejszego zamówienia (dalej jako „Harmonogram”).
5. Wszystkie Zadania przewidziane w OPZ muszą być realizowane zgodnie z zaakceptowanym przez Strony Harmonogramem. Harmonogram może podlegać aktualizacji pod warunkiem akceptacji zmian przez Zamawiającego oraz terminów realizacji poszczególnych działań promocyjnych wymienionych w OPZ. Aktualizacja Harmonogramu należy do Wykonawcy.
6. Zamawiający przez cały okres realizacji zamówienia dopuszcza spotkania robocze w celu doprecyzowania Przedmiotu Zamówienia oraz sposobu jego realizacji.
7. Działania podejmowane przez Wykonawcę w ramach kampanii internetowej, mailingowej, prasowej oraz radiowej (w przypadku skorzystania z Opcji) muszą zachęcać grupy docelowe do korzystania z Systemu iPFRON+ w procesie aplikowania o dofinansowanie ze środków PFRON oraz korzystania z portalu iPFRON+.
8. W związku z tym, że zamówienie jest finansowane ze środków unijnych z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa, zarówno reklamy, artykuły i każdy inny dokument wytworzony w ramach niniejszego zamówienia powinien zostać oznaczony zgodnie z wytycznymi Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej, zamieszczonymi na stronie internetowej [https://www.funduszeeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/dokumenty/podrecznik-wnioskodawcy-i-beneficjenta-programow-polityki-spojnosci-2014-2020-w-zakresie-informacji-i-promocji-dla-umow-podpisanych-od-1-stycznia-2018-r/](https://www.funduszeeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/dokumenty/podrecznik-wnioskodawcy-i-beneficjenta-programow-polityki-spojnosci-2014-2020-w-zakresie-informacji-i-promocji-dla-umow-podpisanych-od-1-stycznia-2018-r/%20) z późn. zm., chyba że Zamawiający postanowi inaczej. Szczegóły dotyczące powyższego zostaną uzgodnione z Zamawiającym w trakcie realizacji Przedmiotu Umowy.

1. Liczba unikanych użytkowników zostanie dostosowana do oferty Wykonawcy w ramach kryterium „Zwiększenie zasięgu Artykułów opublikowanych w portalach internetowych w ramach Zadania nr 1” [↑](#footnote-ref-2)
2. Np. ten sam Artykuł opublikowany w serwisie: dziennikbaltycki.pl, dzienniklodzki.pl, dziennikpolski24.pl i dziennikzachodni.pl, ma sumarycznie przenieść 5 tys. unikalnych użytkowników (dziennikbaltycki.pl = 1 tys. uu, dzienniklodzki.pl = 1,5 tys. uu, dziennikpolski24.pl = 2 tys. uu, dziennikzachodni.pl = 0,5 tys. uu). [↑](#footnote-ref-3)
3. Liczba unikanych użytkowników zostanie dostosowana do oferty Wykonawcy w ramach kryterium „Zwiększenie zasięgu Artykułów opublikowanych w serwisach Regionalnych Polska Press w ramach Zadania nr 1” [↑](#footnote-ref-4)
4. Liczba unikanych użytkowników zostanie dostosowano do oferty Wykonawcy w ramach kryterium „Zwiększenie zasięgu Artykułów opublikowanych w portalach internetowych w ramach Zadania nr 1” [↑](#footnote-ref-5)
5. Liczba gazet lokalnych zostanie dostosowana do oferty Wykonawcy. W przypadku niezaoferowania przez Wykonawcę publikacji w ramach kryterium „ Publikacja banera na stronach internetowych gazety w ramach Zadania nr 4” postanowienia pkt 4.4. zostaną wykreślone. [↑](#footnote-ref-6)
6. W przypadku niezaoferowania przez Wykonawcę publikacji w ramach kryterium „ Publikacja banera na stronach internetowych gazety w ramach Zadania nr 4” postanowienia to zostanie wykreślone. [↑](#footnote-ref-7)
7. Liczba rozgłośni Polskiego Radia zostanie dostosowana do oferty Wykonawcy. W przypadku niezaoferowania przez Wykonawcę publikacji na stronach internetowych rozgłośni w ramach kryterium „ Publikacja banera na stronach internetowych rozgłośni radiowych w ramach Zadania nr 5” postanowienia pkt 5.4. zostaną wykreślone [↑](#footnote-ref-8)
8. W przypadku niezaoferowania przez Wykonawcę publikacji w ramach kryterium „ Publikacja banera na stronach internetowych gazety w ramach Zadania nr 5” postanowienia to zostanie wykreślone. [↑](#footnote-ref-9)