

Znak sprawy: MCPS-WZ/AM/351-71/2023 TP/U

Opis przedmiotu zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie i przeprowadzenie kampanii społecznej (zwanej dalej „kampanią”) zwracającej uwagę na osoby z niepełnosprawnościami, ich codzienne aktywności, wynikające z chęci do pełnej partycypacji w życiu społecznym oraz ograniczenia będące skutkiem niepełnosprawności.

1. Zamawiający

Mazowieckie Centrum Polityki Społecznej z siedzibą przy ul. Grzybowskiej 80/82, 00-844 Warszawa, NIP: 5262380101, REGON: 016122452.

2. Grupa docelowa kampanii

Mieszkańcy województwa mazowieckiego, bez względu na płeć i wiek.

3. Cel przedmiotu zamówienia

Podniesienie poziomu wiedzy i świadomości społeczeństwa na temat osób z niepełnosprawnościami poprzez pokazanie grupie docelowej kampanii, z jednej strony barier i stereotypów, z jakimi na co dzień stykają się osoby z niepełnosprawnościami, a z drugiej strony pokazanie tych osób jako aktywnych uczestników życia społecznego, w szczególności: zawodowego, sportowego, rozrywkowego, kulturalnego. Skupienie uwagi odbiorców na inkluzyjności. Do realizacji tego celu zostaną wykorzystane przygotowane w ramach kampanii spoty filmowe i radiowe, w których będą występować osoby z niepełnosprawnościami, spot informacyjny, artykuły prasowe oraz plakat i atestowany gadżet promujący kampanię.

4. Termin realizacji zamówienia

Wykonawca zobowiązany jest do zrealizowania przedmiotu zamówienia w okresie 70 dni od daty zawarcia umowy, nie później jednak niż do 30 listopada 2023 roku, przy założeniu czasu trwania kampanii minimum przez 1 miesiąc.

5. Zakres zamówienia

Wykonawca zobowiązany jest do organizacji wszystkich działań związanych z przeprowadzeniem kampanii, w tym w szczególności:

- 1) Opracowania koncepcji kreatywnej oraz harmonogramu kampanii uwzględniającej elementy opisane w niniejszym opisie przedmiotu zamówienia.
- 2) Opracowania, na podstawie zaakceptowanej przez Zamawiającego koncepcji kreatywnej założeń do przygotowania scenariusza i wykonania na jego podstawie, jednego wprowadzającego spotu informacyjnego, o długości od 60 do 120 sekund oraz spotu do publikacji w Internecie. Spot informacyjny powinien zawierać dodatkowe wersje z transkrypcją na pisany język polski oraz tłumaczenie migowe. Spot powinien być oznaczony hasztagiem kampanii.

Wykonawca zapewni profesjonalny montaż materiałów filmowych, opracowanie oprawy graficznej i animacji, podkładów muzycznych na etapie całej postprodukcji, która będzie realizowana w jakości HD (High Definition 1920 x 1080i). Finalnym formatem ww. spotu będą formaty:

- Full HD i układ obrazu 16:9, dźwięk stereo,
 - format MP4 1280x720, układ obrazu 16:9, bez dźwięku,
 - format MP4, 1920x1080 pix, Bitrate: 4000 kb/s, Kodek wideo: H.264, Ścieżka audio w filmie (wymagana) – kodek MP3.
- 3) Opracowania założeń do przygotowania scenariuszy oraz wykonania na ich podstawie czterech krótkich spotów filmowych trwających od 15 do 30 sekund przedstawiających osoby z różnymi niepełnosprawnościami (osoby z dysfunkcją narządu ruchu, osoby z dysfunkcją narządu słuchu, osoby z dysfunkcją narządu wzroku, osoby neuroróżnorodne), ich ograniczenia,

będące skutkiem niepełnosprawności i codzienne aktywności. Wszystkie spoty powinny zawierać dodatkowe wersje z transkrypcją na pisany język polski oraz tłumaczenie migowe.

Wykonawca zapewni profesjonalny montaż materiałów filmowych, opracowanie oprawy graficznej i animacji, podkładów muzycznych na etapie całej postprodukcji, która będzie realizowana w jakości HD (High Definition 1920x 1080i).

Finalnym formatem ww. spotów będą formaty:

- Full HD i układ obrazu 16:9, dźwięk stereo,
- format MP4 1280x720, układ obrazu 16:9, bez dźwięku,
- format MP4, 1920x1080 pix, Bitrate: 4000 kb/s, Kodek wideo: H.264, Ścieżka audio w filmie (wymagana) – kodek MP3.

Spoty filmowe powinny być oznaczone hasztagiem kampanii.

- 4) Opracowania założeń do przygotowania scenariuszy oraz wykonania na ich podstawie 4 spotów radiowych trwających do 30 sekund, przedstawiających osoby z różnymi niepełnosprawnościami (osoby z dysfunkcją narządu ruchu, osoby z dysfunkcją narządu słuchu, osoby z dysfunkcją narządu wzroku, osoby neuroróżnorodne), ich ograniczenia, będące skutkiem niepełnosprawności i codzienne aktywności.

Wykonawca zapewni profesjonalnego lektora, montaż materiałów radiowych z dźwiękiem stereo w profesjonalnym studiu dźwiękowym.

- 5) Opracowania projektu graficznego plakatu reklamowego promującego kampanię w formacie B2 (500x707 mm), a następnie wydrukowanie plakatu reklamowego w formacie B2 o nakładzie 100, druk 4+0, kreda 200 g, lakier dyspersyjny 1+0 oraz konfekcja po 10 sztuk plakatu w paczce.

Plakaty powinny zostać dostarczone pod wskazane przez Zamawiającego adresy.

Plakat powinien być również przygotowany w formie pliku elektronicznego umożliwiającego jego udostępnienie w mediach społecznościowych, stronie

internetowej Zamawiającego i innych stronach wskazanych przez Zamawiającego oraz do przesłania w formie elektronicznej podmiotom wskazanym przez Zamawiającego.

- 6) Zaproponowania dedykowanego dla kampanii hasztagu oraz hasła promującego.
- 7) Założenia na potrzeby kampanii konta w serwisie Youtube.
- 8) Przeprowadzenia kampanii na terenie województwa mazowieckiego w jego dziewięciu subregionach:
 - Subregion ciechanowski obejmujący powiaty: ciechanowski, mławski, płoński, pułtuski, żuromiński oraz miasto Ciechanów,
 - Subregion ostrołęcki obejmujący powiaty: makowski, ostrołęcki, ostrowski, przasnyski, wyszkowski oraz miasto Ostrołęka,
 - Subregion płocki obejmujący powiaty: gostyniński, płocki sierpecki oraz miasto Płock,
 - Subregion radomski obejmujący powiaty: białobrzegi, kozienicki, lipski, przysuski, radomski, szydłowiecki i zwoleński oraz miasto Radom,
 - Subregion siedlecki obejmujący powiaty: garwoliński, łosicki, siedlecki, sokołowski i węgrowski oraz miasto Siedlce,
 - Subregion żyrardowski obejmujący powiaty: grójecki, sochaczewski, żyrardowski,
 - Subregion warszawski zachodni obejmujący powiaty: grodziski, nowodworski, piaseczyński, pruszkowski i warszawski zachodni,
 - Subregion warszawski wschodni obejmujący powiaty: legionowski, miński, otwocki, wołomiński,
 - Subregion M. St. Warszawa.
- 9) Kampania społeczna będzie realizowana na podstawie opracowanych media planów emisji, w następujących mediach lokalnych na terenie województwa mazowieckiego:

a) Dziewięciu lokalnych rozgłośniach radiowych z przyporządkowaniem po jednej rozgłośni do każdego z dziewięciu ww. subregionów, o największej słuchalności, we wskazanej grupie docelowej. Założono dwie fale reklamowe trwające minimum 7 dni, zawierające łącznie 100 spotów radiowych, o których mowa w pkt 4, o długości do 30 sekund każdy (przy czym każdy spot przedstawiający osoby z różnymi niepełnosprawnościami musi zostać wyemitowany co najmniej 25 razy). Spoty powinny być emitowane w każdej z lokalnych rozgłośni radiowych, w porach najwyższej słuchalności (tj. pików porannych i popołudniowych).

b) Dziewięciu lokalnych tytułach prasowych z przyporządkowaniem po jednym tytule prasowym do każdego z dziewięciu ww. subregionów, o największym czytelnictwie w danym subregionie.

Założono jedną falę reklamową, w każdym z zaproponowanych tytułów prasowych.

W ramach ww. kampanii społecznej w lokalnych tytułach prasowych zostaną opracowane artykuły prasowe, zwracające uwagę na osoby z niepełnosprawnościami (osoby z dysfunkcją narządu ruchu, osoby z dysfunkcją narządu słuchu, osoby z dysfunkcją narządu wzroku, osoby neuroróżnorodne), ich ograniczenia, będące skutkiem niepełnosprawności i codzienne aktywności. Artykuły będą miały powierzchnię całej strony redakcyjnej, bliskiej, prawej, w pełnym kolorze oraz będą zawierały informacje nawiązujące do danego subregionu województwa mazowieckiego.

Niezależnie od publikacji artykułów w lokalnych tytułach prasowych, zostaną one również zamieszczone na portalach internetowych ww. tytułów oraz na ich kontach na Facebook-u.

Artykuły będą promowane przez okres 7 dni od dnia publikacji artykułu w danym tytule prasowym.

c/ Mediach społecznościowych (Facebook, Instagram):

Emisja materiałów wideo na Facebook'u i Instagramie, w postaci czterech spotów filmowych trwających od 15 do 30 sekund, przedstawiających poszczególne grupy osób z niepełnosprawnościami (osoby z dysfunkcją narządu ruchu, osoby z dysfunkcją narządu słuchu, osoby z dysfunkcją narządu wzroku, osoby neuroróżnorodne), ich ograniczenia, będące skutkiem niepełnosprawności i codzienne aktywności.

Założono jedną falę reklamową o długości jednego miesiąca, z geotargetowaniem na województwo mazowieckie, z wykorzystaniem rotujących czterech spotów filmowych o długości od 15 do 30 sekund każdy. Założono minimalną ilość wyświetleń na 500.000 emisji na Facebook'u i Instagramie, łącznie 1.000.000 wyświetleń dedykowanych spotów w ramach prowadzonej kampanii społecznej na obu ww. kanałach.

d/ Kinach lokalnych na terenie województwa mazowieckiego.

Emisja materiałów wideo przed wyświetleniem filmów w m.in. czterdziestu lokalnych kinach w postaci rotujących czterech spotów filmowych trwających od 15 do 30 sekund, przedstawiających poszczególne grupy osób z niepełnosprawnościami (osoby z dysfunkcją narządu ruchu, osoby z dysfunkcją narządu słuchu, osoby z dysfunkcją narządu wzroku, osoby neuroróżnorodne), ich ograniczenia, będące skutkiem niepełnosprawności i codzienne aktywności.

Założono kampanię czterotygodniową we wszystkich ww. kinach lokalnych z założoną widownią estymowaną na poziomie minimum 150 000 osób.

e/ Przy wykorzystaniu nośników reklamowych w postaci monitorów LCD znajdujących się w pojazdach Warszawskiego Transportu Publicznego:

▪ Autobusy Warszawskie:

Założono czternastodniową kampanię reklamową na ekranach w Autobusach Warszawskich, z wykorzystaniem 4 spotów filmowych

przedstawiających poszczególne grupy osób z niepełnosprawnościami o długości od 15 do 30 sekund każdy.

- ◆ Rozmiar nośników: 19 cali,
- ◆ Ilość nośników: 600 szt. w 150 autobusach,
- ◆ Częstotliwość emisji spotów reklamowych: 4 emisje na godzinę x 16 godzin dziennie = 64 emisje dziennie.

▪ Tramwaje Warszawskie:

Założono czternastodniową kampanie reklamowe w Tramwajach Warszawskich, z wykorzystaniem 4 spotów filmowych przedstawiających poszczególne grupy osób z niepełnosprawnościami o długości od 15 do 30 sekund każdy.

- ◆ Rozmiary ekranów LCD: 22 cali,
- ◆ Ilość nośników: 1.536 sztuk LCD,
- ◆ Ilość pojazdów: 300 tramwajów (typu 120Na Swing+Hyundai Rotem),
- ◆ Częstotliwość emisji spotów reklamowych: 4 emisje na godzinę x 16 godzin dziennie = 64 emisje dziennie.

- 10) Zaproponowania Zamawiającemu gadżetu dla dzieci i młodzieży promującego kampanię. Gadżet powinien być jednoczęściową zabawką sensoryczną działająca na zmysły, który będzie wykorzystywany w działaniach wspierających kampanię. Ww. zabawka powinna być oznakowana hasłem kampanii. Zabawka powinna być dostarczana Zamawiającemu sukcesywnie w ilości co najmniej 2.500 sztuk, w terminie do 45 dni od dnia podpisania umowy na realizację ww. kampanii społecznej. Gadżet powinien być oznaczony hasłem kampanii. Gadżet musi posiadać atest/certyfikat bezpieczeństwa.
- 11) Zorganizowania konferencji prasowej dla mediów, w szczególności dziennikarzy lokalnych mediów z województwa mazowieckiego, w siedzibie Zamawiającego, bezpośrednio po zakończeniu kampanii podczas której

zostanie przedstawione jej podsumowanie i rozdane materiały informacyjne o kampanii, w formacie A4, druk 4+4, kreda 90 g przygotowane przez Wykonawcę, po aprobacie Zamawiającego.

- 12) Przekazania całości praw autorskich do gotowych ww. spotów powstałych w związku z kampanią na wszystkich polach eksploatacji na rzecz Zamawiającego.

6. Inne wymagania związane z realizacją zamówienia

Wykonawca w ramach prac nad przedmiotem zamówienia zobowiązany jest do zapoznania się z zasadami określonymi w aktualnej wersji „Wytycznych do stosowania logotypu Marki Mazowsze”, stosowania znaków firmowych: logo Mazowieckiego Centrum Polityki Społecznej, logo Marki Mazowsze oraz umieszczenia informacji, że przedmiot umowy finansowany jest ze środków Samorządu Województwa Mazowieckiego.

Logotypy do wykorzystania:

Logotyp Zamawiającego (Mazowieckie Centrum Polityki Społecznej):



Logotyp Zamawiającego (Mazowieckie Centrum Polityki Społecznej) wersja rozszerzona:





Logotyp Marki Mazowsze:

25^{lat}. Mazowsze