

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Opracowanie i realizacja kampanii dotyczącej promocji roweru jako środka transportu w Warszawie

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA:

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie i realizacja kampanii promocyjno-informacyjnej dotyczącej wyboru roweru jako ekologicznego, zdrowego, szybkiego i taniego środka komunikacji w codziennych dojazdach do pracy, na uczelnię, do szkoły, po zakupy etc.

II. CEL KAMPANII:

Celem kampanii jest przede wszystkim zmniejszenie ruchu samochodowego w centrum miasta i pokazanie, iż rower jest najzdrowszym, najtańszym i najbardziej ekologicznym środkiem transportu.

III. TERMIN REALIZACJI ZAMÓWIENIA:

Termin końcowy realizacji zamówienia – do 19 czerwca 2015 r.

Terminy realizacji poszczególnych zadań określone są w dalszej części OPZ.

IV. GRUPY DOCELOWE:

Kampania jest adresowana do osób samodzielnie poruszających się po mieście.

V. PRZEKAZ:

Językiem komunikacji w zakresie realizacji zamówienia będzie język polski. Forma, ilość zawartych informacji, poziom ich złożoności oraz zakres przekazu powinien ściśle korespondować z wizerunkiem Zarządu Transportu Miejskiego i m.st. Warszawy oraz respektować założenia systemu identyfikacji wizualnej dla ww. jednostek. Księga znaku oraz założenia systemu identyfikacji wizualnej dla ZTM niezbędne przy wykonaniu zadania zostaną przekazane Wykonawcy w dniu podpisania umowy.

VI. SZCZEGÓŁOWY ZAKRES UMOWY :

1. **Przygotowanie oryginalnej, ciekawej kreacji** oraz hasła promującego jeżdżenie na rowerze w mieście.

Grafika ta będzie podstawą do wszystkich pozostałych kreacji, a hasło pojawi się na większości materiałów związanych z kampanią. Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia Zamawiającemu co najmniej 3 różne kreacje (interesująca grafika, związana z tematem kampanii,

poszczególne kreacje na bazie różniących się od siebie pomysłów i chwytliwe hasło, będące ciekawą grą słów). Kreacje zostaną przekazane do wyboru Zamawiającemu w ciągu 5 dni roboczych od momentu podpisania umowy. Zamawiający dopuszcza przedłożenie do 4 wersji każdej grafiki pokazujących różne aspekty korzystania z roweru (zdrowie, ekologia, ekonomia itp.) Zamawiający zastrzega sobie prawo do użycia zaprojektowanej i wybranej grafiki (grafik) w kolejnych etapach kampanii, nieopisanych w umowie. Wszystkie przedstawione projekty muszą być oryginalne, stworzone na potrzeby aktualnej kampanii i nie mogą powielać pomysłów z innych kampanii promocyjnych dotyczących ruchu rowerowego.

2. Przygotowanie projektów graficznych:

- a) Reklama na tył autobusu, według specyfikacji. Specyfikacje (siatki) zostaną przekazane Wykonawcy w dniu podpisania umowy. Liczba wersji zgodna z VI. 1
- b) Plakat do wiat przystankowych o wymiarach 120 x 180 cm
- c) Projekt graficzny mapy rowerowej w formacie A2 (420x594 mm), po złożeniu 149 x 105, aktualna mapa rowerowa zostanie przekazana Wykonawcy w formacie CDR 12 w dniu podpisania umowy. Wykonawca zaproponuje 3 wersje nowej oprawy graficznej mapy do wyboru Zamawiającego. Wykonawca prześle gotowy materiał, po akceptacji Zamawiającego, w pliku otwartym, w formacie CDR 12.
- d) Ulotka A5 dotycząca ECC 2015 (European Cycling Challenge)
- e) Plakat A3 dotyczący gry miejskiej
- f) Plakat A3 dotyczący śniadań rowerowych
- g) Grafika dotycząca kampanii i wydarzeń, bazująca na wybranych plakatach, do wykorzystania w mediach społecznościowych (maksymalnie 6 różnych grafik na Facebook))
- h) Projekt torebki śniadaniowej (z logiem Zamawiającego i hasłem dotyczącym śniadań rowerowych)
- i) Projekt etykiety na wodę źródlaną.
- j) Projekt koszulki kolarskiej

Zamawiający zastrzega sobie prawo do wniesienia uwag do przedstawionych projektów w terminie do 3 dni roboczych od otrzymania poszczególnych projektów. Wykonawca jest zobowiązany uwzględnić wnoszone uwagi i przedstawić Zamawiającemu poprawiony projekt w ciągu 3 dni roboczych. Wszystkie projekty graficzne wymagają akceptacji Zamawiającego. Prace nad projektami Wykonawca powinien podjąć bezzwłocznie po podpisaniu umowy i po zaakceptowaniu bazowego projektu (wersji) wszystkich kreacji (VI.1).

Wszystkie projekty graficzne zostaną przekazane Zamawiającemu w wersji gotowej do druku (według powyższych specyfikacji) oraz w formie elektronicznej (pdf, jpg) jak również w formacie edytowalnym (format CDR).

Końcowe daty przekazania zaakceptowanych materiałów:

Wszystkie gotowe, zaakceptowane projekty graficzne VI.2 a-d zostaną przekazane Zamawiającemu drogą mailową (na adres wskazany w umowie) najpóźniej do 15 marca 2015 roku. Gotowe projekty plakatów dotyczące wydarzeń VI.2 e-f – najpóźniej dwa tygodnie przed planowanym wydarzeniem. Grafika VI.2 g – z plakatami w terminach opisanych przy punktach e-

f, VI.2 h-i do 20 marca 2015 r., VI.2 j – do 31 marca 2015 r. Projekty graficzne zostaną przekazane na wskazany w umowie adres mailowy oraz na płycie CD.

3. Druk/produkcja:

a) druk 100 szt. plakatów do wiat, 120 x 180 cm, kreda błysk: 120-130g/ m² – termin dostawy do siedziby Zamawiającego do 24 marca 2015 r.

b) Produkcja 700 torebek papierowych przeznaczonych na śniadania rowerowe. Torebki będą wykorzystane podczas Śniadań Rowerowych, zgodnie z pkt. 6.

c) Dostawa 2000 szt. wód źródlanych niegazowanych, z tzw. „dziubkiem”, oznakowych etykietą z logo Zamawiającego. Woda będzie dostarczana sukcesywnie, w miarę zapotrzebowania na wydarzenia: konferencje prasową, śniadania rowerowe oraz dla uczestników Gry Miejskiej. Niewykorzystana woda zostanie przekazana po 15 czerwca do siedziby Zamawiającego, woda powinna mieć odpowiedni termin przydatności do spożycia, umożliwiający jej wykorzystanie minimum do końca 2015 roku.

d) dostawa 1 stojaka rowerowego w kształcie samochodu. Zdjęcia proponowanego stojaka zostaną przekazane w dniu podpisania umowy. Specyfikacja techniczna:

- waga: do 120 kg
- Materiał: stalowe stojaki, aluminiowa rama w kształcie samochodu, lakier proszkowy.
- Sposób demontażu (płaska paczka) powinien ułatwiać transport stojaka na różnego rodzaju wydarzenia.
- Wbudowana pompka rowerowa
- Mocowany do ziemi za pomocą śrub.
- Wymiary: długość ok 4 metry (5 stojaków), szerokość ok. 1,5 metra,
- Miejsce na plakat o wymiarach minimum A0.

Stojak powinien być dostarczony na konferencję prasową, a następnie przewieziony w miejsce w Warszawie, wskazane przez Zamawiającego.

e) produkcja i dostawa 120 sztuk koszulek kolarskich (25 szt. – S, 45 szt. –M, 30 szt. – L, 10 szt. – XL, 5 szt. –XXL, 5 szt. – XS) z kolorowym nadrukiem logotypów. Logotypy zostaną przekazane przez Zamawiającego najpóźniej do 15 marca 2015 r.

Specyfikacja koszulki:

- oddychająca, z systemem kontroli wilgoci, szybkoschnąca, lekka i wygodna
- zakryty zamek z blokadą i osłoną podbródka
- tylna kieszeń zamykana na zamek z blokadą
- materiał zewnętrzny: 100% poliester

Koszulki w ilości sztuk 10 powinny być rozdysponowane przez Wykonawcę wśród obsługi konferencji prasowej, śniadań prasowych. Pozostałe 110 sztuk koszulek powinno być dostarczone do siedziby Zamawiającego najpóźniej do 20 kwietnia 2015 roku.

4. Przygotowanie 2 różnych spotów reklamowych:

Przygotowanie 2 różnych spotów reklamowych o długości 10 sek. każdy (plansza z animacją). Pierwszy spot powinien nawiązywać do wybranej grafiki kampanii i promować wykorzystanie roweru jako środka transportu w mieście, drugi spot powinien promować i zachęcać do udziału w ECC 2015.

Spoty powinny być zgodne z poniższymi specyfikacjami:

SPECYFIKACJA – EKRANY W AUTOBUSACH

Pliki video (Wielkość pliku max. 5Mb)

Maks 2MB/s

Jeden format: 1280/580 PX

KONTENER MP4 (nie avi, nie mpg, NIE MOV)

Kodek H.264

24 fps

Bez dźwięku

Nazewnictwo plików bez polskich liter i spacji wg:

<Instytucja>_<Tytuł>_<NrPliku>_<DataKoncaEmisji>.

SPECYFIKACJA – EKRANY W TRAMWAJACH

Pliki video (Wielkość pliku max. 5Mb)

1. Format pliku .AVI

2. Pliki NIE mogą posiadać dźwięku

3. Rozdzielczość 1280 x 610 px

4. 24 - 25 klatek/s

5. Kodek - H264

6. Szybkość danych w kompresji 1000 Kb/s

7. Powinien być dostępny do podglądu w Windows Media Player (od wersji 11 i wyżej).

Nazewnictwo nadsyłanych plików: Nazwy plików nie mogą zawierać polskich znaków i spacji. W nazwie pliku powinna być zawarta informacja: <firma, instytucja>_ <nazwa kampanii>_<data konca emisji kampanii>. avi lub jpg

PRZYKŁAD:

UrządMiasta_StudiujuwWarszawie_15_07_2014.avi

SPECYFIKACJA – EKRANY W SKM

Plik video bez dźwięku

Format pliku mp4

Kodek video H.264/MPEG-4 AVC

25 lub 30 klatek/sekunda

Rozdzielczość 640x480 (square pixel)

Average bitrate 384-1024kbps

Nazewnictwo nadsyłanych plików: Nazwy plików nie mogą zawierać polskich znaków i spacji. W nazwie pliku powinna być zawarta informacja: <firma, instytucja>_<nazwa kampanii>_<data końca emisji kampanii>. avi lub jpg.

SPECYFIKACJA CITYINFO:

Rozdzielczość:

- I. Metro Warszawskie
 - a) wagony typu Metropolis: 1280 x 1024
 - b) wagony typu seria 81: 1280 x 768
 - c) wagony typu Inspiro: 1920 x 1080
- II. Autobusy
 - a) wszystkie pojazdy: 1440x700

Format danych:

- I. grafika:
 - a) JPG, png, bmp, psd (do wersji cs6), ai (do wersji cs6), eps, pdf.
 - b) Napisy zamienione na krzywe
- II. animacje/video
 - a) mp4 (h.264), wmv, avi, (divX, Xvid), mpeg 12, quicktime (mov)

Pierwsze propozycje spotów powinny zostać zaprezentowane Zamawiającemu w ciągu 7 dni roboczych od momentu ustalenia kreacji podstawowej VI pkt. 1. Spot ogólny dotyczący roweru we wszystkich wymaganych w pkt. 4 formatach, po końcowej akceptacji, powinien zostać przekazany Zamawiającemu na płycie CD i pendrivie najpóźniej do 27.03.2015, spot dotyczący ECC, we wszystkich wymaganych w pkt. 4 formatach, po końcowej akceptacji powinien zostać przekazany Zamawiającemu na płycie CD i pendrivie najpóźniej do 21.04.2015.

5. Organizacja konferencji prasowej.

Konferencja prasowa zostanie zorganizowana w plenerze, w miejscu i terminie wskazanym przez Zamawiającego (ostatni tydzień kwietnia). Informacje o wybranym miejscu i czasie Zamawiający przekaże Wykonawcy najpóźniej 2 tygodnie przed terminem, przy czym zdobycie ewentualnych pozwoleń na zajęcie terenu leży po stronie Zamawiającego.

Po stronie Wykonawcy będzie :

- zorganizowanie nagłośnienia;
- zapewnienie kawy i herbaty - kawiarenka rowerowa oraz jabłek w ilości 100 sztuk.
- zaproszenie przynajmniej 2 Vipów (osoby znane, kojarzące się ze zdrowym stylem życia, wykorzystujące rower w większości swoich podróży)
- przygotowanie informacji prasowej o ECC i kampanii (informacja musi zostać zaakceptowana przez Zamawiającego)

- przygotowanie teczek prasowych, zawierających materiały prasowe. (teczki oraz wzór papieru dostarcza Zamawiający)

Prowadzenie konferencji oraz zaproszenie prasy pozostaje po stronie Zamawiającego.

Wykonawca zapewni wysokiej jakości zdjęcia z przebiegu wydarzenia (minimum 50 dobrych zdjęć) do wykorzystania przez Zamawiającego oraz krótki 5-10 minutowy reportaż z akcji. Materiały te zostaną przekazane Zamawiającemu w ciągu 5 dni roboczych od wydarzenia.

W przypadku niesprzyjających warunków atmosferycznych, Zamawiający przewiduje zorganizowanie konferencji prasowej w sali, wewnątrz budynku. Za wybór i organizację miejsca będzie w takim przypadku odpowiedzialny Zamawiający.

6. Organizacja śniadań rowerowych.

Śniadania Rowerowe zostaną zorganizowane w 6 miejscach w Warszawie, w maju.

Informacje na temat miejsc oraz czasu Zamawiający przekaze Wykonawcy najpóźniej 3 tygodnie przed terminem Śniadań.

- Wykonawca zapewni oznakowane stanowisko (w sumie 6 stanowisk): roll-up (z plakatem dotyczącym śniadań rowerowych), stolik, minimum 2 –osobową obsługę.

- Czas trwania: od godziny 7:00 do wyczerpania zapasów.

- Wykonawca zapewni wysokiej jakości zdjęcia z przebiegu wydarzenia do wykorzystania przez Zamawiającego (min. 100 dobrych zdjęć z całego wydarzenia) oraz krótki 5-10 minutowy reportaż z akcji. Materiały te zostaną przekazane Zamawiającemu w ciągu 5 dni roboczych od wydarzenia.

- Śniadanie powinno składać się z gotowej kanapki, wody niegazowanej (0,5 l) oraz jabłka. Do każdego zestawu powinna być dołączona ulotka dotycząca ECC. Posiłek powinien być podany w estetycznej torebce papierowej (100 kompletów na każde stanowisko na jeden dzień);

- Za logistykę dotyczącą przekazania zestawów śniadaniowych do punktów odpowiada Wykonawca;

- Do momentu przekazania śniadania rowerowego rowerzyście, produkty powinny być przechowywane w odpowiednich warunkach zapobiegających ich zepsuciu lub pogorszeniu walorów estetyczno-smakowych. Zamawiający ma prawo do sprawdzenia tych warunków w przypadku wątpliwości co do przechowywania /transportu.

- Śniadania rowerowe muszą być przygotowane z produktów świeżych, wysokiej jakości o udokumentowanym pochodzeniu, dopuszczonych do sprzedaży zgodnie z obowiązującymi przepisami, w szczególności sanitarno-epidemiologicznymi. Wykonawca ma obowiązek udokumentować źródło pochodzenia produktów wchodzących w skład śniadań rowerowych na prośbę Zamawiającego, celem weryfikacji ich zgodności z zamówieniem.

- kanapki muszą być dostarczone w wersji zwykłej, wegetariańskiej (30% kanapek) i wegańskiej (10% kanapek).

- Niedopuszczalne jest dostarczanie kanapek z produktami wędlinopodobnymi o bardzo niskiej zawartości mięsa. Kanapka powinna składać się ze świeżego pieczywa, wędliny, sera, sałaty oraz pomidora lub ogórka. Wykonawca może dodać sosy lub przyprawy do kanapki. Sosy nie mogą być ostre.

7. Organizacja rowerowej gry miejskiej w dniu 14 czerwca.

- Wykonawca jest zobowiązany do przeprowadzenia gry miejskiej na terenie Warszawy w dniu 14 czerwca 2015 roku, dla 50-100 uczestników. Uczestnicy pokonują dystans pomiędzy punktami na rowerach własnych lub rowerach zapewnionych na czas gry przez Wykonawcę. W punktach (minimum 7 punktów z zadaniami, nie licząc punktu startu i zakończenia) powinny być do wykonania zadania o stopniu trudności dopasowanym do uczestnika gry, związane z tematyką rowerową oraz kampanią czy ECC 2015;
 - Całość gry powinna mieć przemyślaną fabułę i jasne, zrozumiałe zasady.
 - Zadania powinny być zróżnicowane, ocenie powinny podlegać szybkość wykonania zadania, ale także umiejętności manualne czy np. wiedza o Warszawie, o warszawskim środowisku rowerowym itp.
 - Wykonawca zapewnia agentów w punktach gry;
 - Wykonawca jest zobowiązany do przeprowadzenia rejestracji uczestników, przygotowania scenariusza, regulaminu oraz zapewnienia wszelkich niezbędnych materiałów (np. mapki) niezbędnych do udziału w grze;
 - Wykonawca przedstawi Zamawiającemu szczegółowy scenariusz gry, wraz z opisem punktów i regulaminem do akceptacji najpóźniej do 10 kwietnia 2015 roku;
 - Zamawiający dopuszcza możliwość włączenia w grę sponsorów nagród np. kin, teatrów, które zgodzą się ufundować wejściówki w zamian za zamieszczenie logotypów na plakacie promującym grę czy zorganizowanie zadania przy obiekcie.
 - Wykonawca zapewni ciekawy zestaw nagród dla wszystkich uczestników gry. Proponowane zestawy nagród o zróżnicowanej wartości ze względu na zajęte miejsce muszą uzyskać finalną akceptację Zamawiającego. Nagrody powinny być związane z tematyką rowerową i w przypadku pierwszych miejsc ich wartość powinna się mieścić 400-500 zł, w przypadku ostatnich miejsc : 200-300 zł dla każdego uczestnika.
 - Po zakończonej grze miejskiej, wykonawca zorganizuje jej uroczyste podsumowanie i nagrodzenie uczestników w miejscu wskazanym przez Zamawiającego. Spotkanie to będzie również podsumowaniem ECC 2015. Miejsce zakończenia zostanie wskazane najpóźniej do 11 maja 2015 roku. Zamawiający zorganizuje catering w formie grilla oraz napoje bezalkoholowe (kawa, herbata, woda, soki) dla wszystkich uczestników gry. Prowadzenie podsumowania (konferansjer) pozostaje po stronie Wykonawcy. W razie potrzeby Zamawiający zapewni nagłośnienie. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycje menu oraz scenariusz spotkania do akceptacji najpóźniej do 11 maja 2015.
 - Wykonawca zapewni wysokiej jakości zdjęcia z przebiegu wydarzenia (minimum 50 dobrych zdjęć) do wykorzystania przez Zamawiającego oraz krótki 5-10 minutowy reportaż z akcji. Materiały te zostaną przekazane Zamawiającemu w ciągu 5 dni roboczych od wydarzenia.
 - Zamawiający zastrzega sobie prawo do zgłoszenia partnerów gry miejskiej, Wykonawca jest zobowiązany do uwzględnienia ich w scenariuszu, na kreacji jak również do uwzględnienia innych pomysłów Zamawiającego.
- Wszystkie osoby reprezentujące Zamawiającego w wydarzeniach, opisanych w pkt. 5-7 przejdą szkolenie w siedzibie Zamawiającego. Termin szkolenia zostanie ustalony po podpisaniu umowy, szkolenie potrwa minimum 2 godziny.

8. Przygotowanie treści w Internecie:

Wykonawcy kampanii zostanie powierzone tworzenie treści (komunikatów, grafik) związanych z kampanią do zamieszczenia na stronie internetowej (<http://rowery.um.warszawa.pl>) i profilu na Facebooku (<http://www.facebook.com/PelnomocnikRowerowyWarszawa>).

Język komunikatów musi być zrozumiały i nieurzędowy, zaś ich treść skierowana bezpośrednio do odbiorcy – osoby niebędącej dotąd codziennym rowerzystą. Treści powinny dotyczyć poszczególnych etapów kampanii, przy czym:

- minimalna liczba komunikatów na stronie internetowej: 10 w ciągu kampanii,
- minimalna liczba komunikatów na profilu na Facebooku: 20 w ciągu kampanii.

Do tworzenia komunikatów i grafik należy wykorzystać kreacje używane w innych kanałach komunikacji w ramach kampanii.

Komunikaty i grafiki będą przesyłane Zamawiającemu do akceptacji. Umieszczanie treści i bieżąca administracja pozostaje w gestii Zamawiającego. Zamawiający ma prawo zamówić utworzenie komunikatów i grafik na oczekiwany temat, które wykonawca prześle w terminie 24 godzin.

Promocja treści w Internecie

Zamawiający oczekuje osiągnięcia następujących minimalnych wskaźników świadczących o dotarciu do grupy docelowej kampanii w Internecie:

- co najmniej 30 000 sesji wykonanych na stronie internetowej przez użytkowników z Warszawy;
- zasięg postów związanych z kampanią na Facebooku: co najmniej 200 000 użytkowników z Warszawy;

Zamawiający zastrzega sobie prawo do weryfikacji założeń kampanii reklamowych prowadzonych przez Wykonawcę w Internecie, w tym określenia grupy docelowej.

Konkursy

Wykonawca przeprowadzi 4 konkursy za pośrednictwem profilu na Facebooku (2 w kwietniu, 2 w maju).

Przewidywana nagroda powinna być związana z tematyką rowerową i być o wartości min. 200 zł.

Minimalna liczba uczestników konkursu: zależnie od konkursu

Czas trwania konkursu: 7 dni

Zamawiający udostępni Wykonawcy konto na Facebooku w zakresie prowadzenia promocji w Internecie.