

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA I CEL:

Przedmiotem zamówienia jest przedstawienie pomysłu na realizację kampanii promocyjnej, której celem jest ocieplenie wizerunku kontrolerów biletów. Zamawiający zastrzega, że opracowana przez Wykonawcę kampania nie może stanowić powielenia pomysłu.

W ramach Przedmiotu Zamówienia Wykonawca zobowiązany jest do realizacji kampanii, zgodnie z wytycznymi zawartymi w niniejszym opisie.

II. CZAS REALIZACJI KAMPANII:

Od 5 do 25 października 2015 r.

III. GRUPA DOCELOWA:

Pasażerowie komunikacji miejskiej.

IV. 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.

V. WYMAGANIA DOT. I ETAPU:

Realizacja I etap – obejmuje przedłożenie przez Wykonawcę pomysłu na realizację kampanii, ukazując **ciekawy** opis sposobu zainteresowania kampanią, uwzględniając niżej wymienione części składowe kampanii:

- chwytliwe hasło – **prosimy o przedstawienie min. czterech haseł kampanii do akceptacji Zamawiającego**. Hasło nie może być agresywne lub nakazowe, ale powinno budzić zainteresowanie pasażerów kampanią. W tym:
 - a) dwa hasła komponujące się z kreacją materiałów, **ukierunkowanych na ocieplenie wizerunku kontrolera biletów**
 - b) dwa hasła komponujące się z kreacją materiałów, **ukierunkowanych na ocieplenie wizerunku kontrolera biletów z propagowaniem idei wnoszenia opłat za przejazdy komunikacji miejskiej**.
- plakat A3 (pion) dedykowany do komunikacji miejskiej (autobusy, tramwaje, Szybka Kolej Miejska – na szybach wew. pojazdu) oraz do gablot zlokalizowanych przed wejściem na stacje metra.

W tym etapie prosimy o cztery propozycje projektów graficznych do akceptacji Zamawiającego, w celu wyłonienia jednego finalnego projektu. W tym:

a) dwie kreacje projektów graficznych ukierunkowanych na ocieplenie wizerunku kontrolera biletów

b) dwie kreacje projektów graficznych ukierunkowane na ocieplenie wizerunku kontrolera biletów z propagowaniem idei wnoszenia opłat za przejazdy komunikacją miejską.

UWAGA! Kreacje plakatów powinny zostać zaprojektowane w sposób umożliwiający realizację kampanii, w przypadku braku możliwości wyemitowania przez Zamawiającego spotów o których mowa poniżej, co nie zwalnia Wykonawcy z przygotowania spotów;

- trzech spotów o długości 30 s., **bezdźwiękowych (z napisami)**, które są przeznaczone na monitory LCD wewnątrz autobusów, tramwajów, pociągów Szybkiej Kolei Miejskiej i metra, oraz na wybrane stacje metra (Infoscreeny).

Ww. spoty, **z pełnym udźwiękowieniem**, z możliwością wykorzystania na stronie www.ztm.waw.pl (materiał pod dedykowany banner), profilu ZTM na facebooku, YouTubie.

W tym etapie prosimy o przedstawienie dziesięciu scenariuszy filmów do akceptacji Zamawiającego, w celu wybrania trzech finalnych wersji. W tym:

a) 5 scenariuszy filmów dot. ocieplenia wizerunku kontrolerów biletów

b) 5 scenariuszy filmów dot. ocieplenia wizerunku kontrolerów biletów z propagowaniem idei wnoszenia opłat za przejazdy komunikacją miejską.

Zamawiający dopuszcza wykonanie spotów w dowolnej technice (komiks, plansze animowane czy film);

- banner statyczny dedykowany kampanii na stronę www.ztm.waw.pl – **w tym etapie wyłącznie należy uwzględnić jego obecność w harmonogramie kampanii;**

VI. WYMAGANIA DOT. II ETAPU

Realizacja II etapu uzależniona jest od akceptacji przedłożonego Zamawiającemu przez Wykonawcę pomysłu na realizację kampanii uwzględniającego składowe o których mowa przy I etapie, zgodnie z ust. 1 § 2 Umowy.

II etap Umowy polega na wykonaniu przez Wykonawcę elementów pomysłu na realizację kampanii, w tym:

- uwzględnienie przez Wykonawcę, zaakceptowanego przez Zamawiającego hasła we wszystkich materiałach dot. przedmiotowej kampanii;
- przygotowanie do druku wybranego przez Zamawiającego projektu plakatu A3 (pion). Druk po stronie Zamawiającego;
- przedstawienie treści ulotki do akceptacji Zamawiającego, następnie zaprojektowanie ulotki A4 (kolorystyka 4+4) przeznaczonej do umieszczenia w kasetkach zlokalizowanych

wewnątrz pojazdów komunikacji miejskiej (z wyłączeniem pociągów metra) oraz na stacjach metra. Kreacja ulotki powinna bazować na wybranej przez Zamawiającego kreacji plakatu. Druk po stronie Zamawiającego;

- przygotowanie graficzne oraz techniczne trzech różnych spotów bazujących na trzech zaakceptowanych przez Zamawiającego scenariuszach (spoty bezdźwiękowe oraz dźwiękowe). Przedmiotowe spoty po akceptacji Zamawiającego, Wykonawca będzie zobowiązany dostosować do wskazanych przez Zamawiającego formatów; Zapewnienie emisji na różnego rodzaju monitorach LCD i Infoscreenach, YouTube, profilu ZTM na facebooku pozostaje po stronie Zamawiającego;
- zaprojektowanie baniera na stronę www.ztm.waw.pl (format png, rozmiar 190x60 px), którego grafika będzie nawiązywała do kreacji kampanii;

VII. OGÓLNE ZOBOWIĄZANIA WYKONAWCY

W przypadku I etapu:

wszystkie projekty graficzne zostaną przekazane Zamawiającemu w wersji elektronicznej (pdf, jpg, png) jak również w wersji edytowalnej w programie Corel Draw 12 lub Illustrator CS5.

Hasła oraz scenariusze spotów dot. kampanii muszą zostać przekazane w wersji papierowej, dostarczonej do siedziby Zamawiającego oraz elektronicznej (e-mail).

W przypadku II etapu:

wszystkie projekty graficzne zostaną przekazane Zamawiającemu w wersji gotowej do druku (według przekazanych specyfikacji oraz w formie elektronicznej (pdf, jpg, png) jak również w wersji finalnej, ale edytowalnej w programie Corel Draw 12 lub Illustrator CS5

Wszelkie projekty graficzne, hasła, scenariusze, nawet te które nie uzyskały akceptacji Zamawiającego, z chwilą podpisania przez Zamawiającego oraz Wykonawcę protokołu częściowego lub końcowego odbioru stają się własnością Zamawiającego,

Kwestie praw autorskich i majątkowych, pól eksploatacji oraz możliwości modyfikacji projektów zostały uregulowane w Umowie zawartej między Zamawiającym a Wykonawcą.

VIII. SPECYFIKACJA TECHNICZNA SPOTÓW (WERSJA Z NAPISAMI – BEZ DŹWIĘKU) PRZEZNACZONYCH DO:

a) LCD 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,
- nazewnictwo plików bez polskich liter i spacji wg:
<Instytucja>_<Tytuł>_<NrPliku>_<DataKoncaEmisji>.

b) LCD W TRAMWAJACH

- pliki video (wielkość pliku max. 5Mb),
- format pliku .AVI,
- rozdzielczość 1280 x 610 px,
- 24 - 25 klatek/s,
- kodek - H264,
- szybkość danych w kompresji 1000 Kb/s,
- spot musi być dostępny do podglądu w Windows Media Player (od wersji 11 i wyżej),
- nazewnictwo nadsyłanych 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
PRZYKŁAD: UrządMiasta_StudiujuwWarszawie_15_07_2014.avi

c) LCD 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: 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.

d) CITYINFO

MONITORY WEW. WAGONÓW METRA:

rozdzielczość:

- wagony typu Metropolis: 1280 x 1024;
- wagony typu seria 81: 1280 x 768;
- wagony typu Inspiro: 1920 x 1080,

MONITORY WEW. AUTOBUSÓW

- rozdzielczość: 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)

e) INFOSCREEN – DUŻE MONITORY NA WYBRANYCH STACJACH METRA.

- gotowa reklama przeznaczona do emisji statycznego plakatu lub animacji 2D: format – tylko JPG lub BMP, szerokość x wysokość: 1280 x 720 pixeli (współczynnik obrazu 16:9), tryb koloru: RGB
lub
- gotowa reklama przeznaczona do emisji ruchomej animacji 2D lub spotu reklamowego: format – MPEG2 lub MPEG4 lub Quicktime (pliki mov, avi, mpg): 1280 x 720 pikseli, PAL, 25 fps, 8 Mbit/sec, stały bit rate, High Profile & High Level (HP@HL), YUV-format: 4:2:2
lub

Flash: 25 fps, format obrazu 16x9, można stosować tylko symbole graficzne, stosowanie złożonego języka Action Scripting nie jest możliwe, format plików *.sw

UWAGA: Zamawiający zastrzega, że w trakcie trwania umowy ww. parametry techniczne mogą ulec zmianie z przyczyn niezależnych od Zamawiającego. W takim przypadku Zamawiający bezzwłocznie przekaze nowe parametry techniczne Wykonawcy.

IX. SPECYFIKACJA TECHNICZNA SPOTÓW UDŹWIĘKOWIONYCH PRZEZNACZONYCH DO INTERNETU.

Spoty powinny być przygotowane w formacie umożliwiającym ich umieszczenie na kanale „You Tube” i odtwarzanie ich na przeglądarkach bez konieczności instalowania przez użytkowników w celu ich obejrzenia dodatkowych kodeków.