

Załącznik nr 4 do SWZ

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia

I. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie i wdrożenie na terenie województwa łódzkiego kampanii społecznej podejmującej tematykę dyskryminacji osób z diagnozą zaburzeń ze spektrum FASD/z grupy ryzyka oraz ich rodzin.

Zamówienie realizowane w ramach realizacji projektu pn. „**FASD – niepełnosprawność ukryta – poznaj zanim ocenisz**” w ramach programu Fundusze Europejskie dla Łódzkiego 2021-2027, współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego Plus, Priorytet VII Fundusze Europejskie dla zatrudnienia i integracji w Łódzkiem, Działanie FELD 07.05 Integracja i społeczeństwo obywatelskie.

II. Cele kampanii społecznej

Głównym celem kampanii społecznej jest uwrażliwienie społeczeństwa na dyskryminację osób z zaburzeniami ze spektrum FASD (ang. Fetal Alcohol Spectrum Disorder – Spektrum Poalkoholowych Zaburzeń Płodu) lub z grupy ryzyka FASD oraz ich rodzin.

III. Grupa docelowa

Odbiorcami kampanii społecznej będą mieszkańcy województwa łódzkiego.

IV. Zasięg

Kampania będzie realizowana na terenie województwa łódzkiego.

V. Zadania kampanii i czas realizacji

Przedmiot zamówienia w całości zostanie zrealizowany nie później niż do 31.05.2028 r. Przy czym poszczególne zadania kampanii wymienione poniżej będą realizowane w różnych terminach zgodnie z harmonogramem opracowanym przez Wykonawcę na podstawie wstępnego harmonogramu, który stanowi załącznik nr 1 do Szczegółowego Opisu Przedmiotu Zamówienia. Harmonogram zostanie opracowany

przez Wykonawcę po podpisaniu umowy i będzie wymagać akceptacji Zamawiającego.

Poszczególnymi zadaniami kampanii są:

- 1) Przygotowanie graficzne kampanii, opracowanie strony www,
- 2) Przygotowanie (produkcja i montaż) 4 filmów promocyjnych,
- 3) Przeprowadzenie kampanii w mediach społecznościowych (Facebook i Instagram),
- 4) Przygotowanie i nagranie spotu radiowego,
- 5) Emisja spotu radiowego,
- 6) Przeprowadzenie kampanii graficznej przy użyciu nośników typu citylight.

VI. Oczekiwania wobec przekazu

- 1) Język przekazu – zrozumiały, prosty, jednoznaczny
- 2) Tonacja – pozytywna, rzeczowa
- 3) Wyraz – nowoczesny, dynamiczny
- 4) Kompleksowy i wykorzystujący różnorodne narzędzia i formy przekazu
- 5) Nie może zawierać elementów lub treści wulgarnych, obraźliwych, wzbudzających agresję i/lub nietolerancję
- 6) Nie może dyskredytować, ośmieszać i piętnować żadnych mniejszości, w tym seksualnych, etnicznych lub religijnych
- 7) Musi unikać stereotypowych przekazów
- 8) Zgodność kampanii z Księgą Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie dla Łódzkiego 2021-2027

VII. Opis poszczególnych zadań Wykonawcy do zrealizowania w ramach kampanii

1. Przygotowanie graficzne kampanii, opracowanie strony www.

1.1. Przygotowanie graficzne kampanii będzie obejmowało:

- opracowanie idei kreatywnej kampanii, która będzie projektem autorskim i nie będzie zawierać ani zapożyczeń, ani obcych haseł oraz treści, ani haseł

użytych w poprzednich kampaniach społecznych w tej tematyce na terenie województwa łódzkiego. Wszystkie pozostałe zadania zamówienia bazują na tej idei, są z nią spójne i realizują ją w sposób komplementarny,

- opracowanie i przygotowanie koncepcji graficznej systemu identyfikacji wizualnej (logotypu) oraz hasła kampanii, łatwych do rozpoznania i nawiązujących do celu i zadań kampanii oraz całego projektu pt. „FASD – niepełnosprawność ukryta – poznaj zanim ocenisz”, do wykorzystania między innymi w materiałach promocyjnych, na stronie www oraz w mediach społecznościowych. Wykonawca opracuje księgę znaku dla logotypu, która będzie zawierać w szczególności instrukcję obsługi logo i innych elementów wizualizacji oraz zasady budowy znaku (w tym: pole podstawowe i pole ochronne znaku, przedstawienie wszystkich wariantów znaku, poprawne i niepoprawne zastosowanie pola ochronnego, wielkość minimalną, kolorystykę, typografię). Wykonawca prześle Zamawiającemu system identyfikacji wizualnej w formie elektronicznej umożliwiającej jego wykorzystanie w druku. Wykonawca przygotuje i prześle Zamawiającemu projekty elementów systemu identyfikacji w formie cyfrowej (EPS, AI, JPG, PDF),
- opracowanie grafik do mediów społecznościowych oraz innych grafik i szablonów niezbędnych do prowadzenia kampanii społecznej w Internecie. Opracowane grafiki muszą być stworzone w kilku wersjach, z uwzględnieniem wytycznych i wymogów poszczególnych mediów społecznościowych (Facebook, Instagram). Wykonawca prześle opracowane grafiki w formie elektronicznej umożliwiającej ich następne wykorzystanie.

Wszystkie szablony grafik, idea kreatywna, hasło oraz logotyp kampanii społecznej muszą być zaakceptowane przez Zamawiającego. W razie uwag i sugestii ze strony Zamawiającego, Wykonawca jest zobligowany do wnoszenia poprawek do momentu otrzymania oczekiwanego efektu.

- 1.2. Strona www kampanii** opracowana przez Wykonawcę musi zawierać podstawowe informacje dotyczące realizowanej kampanii oraz galerię multimediów, a także być oznaczona logo Zamawiającego, Unii Europejskiej i zawierać informację dotyczącą źródła finansowania projektu, które

Wykonawca pobierze ze strony [Zasady oznaczania i promowania projektu](#). Wykonawca stworzy następujące zakładki: o projekcie, o kampanii, o FASD, o dyskryminacji osób z diagnozą zaburzeń ze spektrum FASD/z grupy ryzyka, informator dla rodziców dzieci z FASD, informator dla specjalistów, gdzie szukać pomocy, multimedia. Wskazane tytuły zakładek mają charakter roboczy i mogą ulec zmianie. Po opracowaniu strony, jej wgraniu na udostępnionym przez Zamawiającego serwerze oraz sprawdzeniu poprawności jej działania Wykonawca przekaże Zamawiającemu wszelkie uprawnienia oraz hasła niezbędne do jej następnego prowadzenia.

Cecha:	Wymagane parametry:
Hosting	Wykonawca przygotuje stronę internetową kampanii społecznej, która zostanie umieszczona na serwerze Zamawiającego w subdomenie odpowiadającej np. brzemieniu ustalonego i zaakceptowanego przez Zamawiającego hasła kampanii
Specyfikacja techniczna	Serwis responsywny, dostępny dla osób z niepełnosprawnościami: zgodnie z międzynarodowym standardem WCAG 2.1 (Web content accessibility guidelines) na poziomie AA
Domena	rcpslodz.pl
CMS	Serwis zbudowany w oparciu o bezpłatny, popularny system zarządzania treścią (np. wordpress).
Treści na stronę www	Treści zostaną przekazane Wykonawcy przez Zamawiającego.
Zamieszczenie strony	Zamieszczeniem strony zajmie się Wykonawca na udostępnionym przez Zamawiającego serwerze (w wydzielonym katalogu i bazie danych) u dostawcy hostingu „home.pl” w oparciu o udostępnione na jego serwerach technologie i rozwiązania.
Wgranie strony	Wgranie strony i sprawdzenie poprawności jej działania na udostępnionym przez Zamawiającego serwerze musi nastąpić niezwłocznie po jej stworzeniu.

2. Przygotowanie (produkcja i montaż) 4 filmów promocyjnych. Przygotowanie będzie obejmowało również opracowanie koncepcji, scenariuszy, dostosowanie idei kreatywnej filmów do idei kreatywnej całej kampanii społecznej i założeń projektu pn. „FASD – niepełnosprawność ukryta – poznaj zanim ocenisz”, realizowanego przez Zamawiającego w ramach programu Fundusze Europejskie dla Łódzkiego 2021-2027 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego Plus, Działanie 7.05 Integracja i społeczeństwo obywatelskie.

Cecha:	Wymagane parametry:
Format	Produkcja musi spełniać wymagania dostępności (napisy, audiodeskrypcja, kontrast, transkrypcja) oraz spełniać minimalne parametry techniczne: Rozdzielczość: 1920 x 1080 pikseli (Full HD, 1080p). Proporcje obrazu (Aspect Ratio): 16:9 FHA, Liczba klatek na sekundę (FPS): 25 FPS Kodek i format wideo: H.264 (dla kodeka) oraz MP4 (dla formatu pliku). Format i kodek audio: AAC (dla kodeka) z szybkością co najmniej 192 kb/s. Audio zapisane w dwóch pierwszych kanałach dźwiękowych (stereo) z poziomem - 12 dB
Ilość	4 filmy, każdy co najmniej 20", maksymalnie 45"
Oznaczenia	Materiały mają zawierać logotypy Zamawiającego oraz unii europejskiej i wskazanie źródła finansowania, które Wykonawca musi pobrać ze strony Zasady oznaczania i promowania projektu
Dystrybucja/ promocja	Do zamieszczenia na stronie internetowej i mediach społecznościowych kampanii oraz w Internecie
Uwagi	Wykonawca przystępuje do realizacji po zaakceptowaniu przez Zamawiającego scenariuszy filmów promocyjnych. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu gotowe filmy do akceptacji. Głos decydujący w odniesieniu do ostatecznego kształtu filmów promocyjnych otrzymuje Zamawiający, który ma prawo zgłaszać

Cecha:	Wymagane parametry:
	uwagi lub zastrzeżenia do momentu uzyskania oczekiwanego efektu. Wykonawca zobligowany jest do wprowadzenia poprawek w możliwie najszybszym terminie, tak aby nie kolidowało to z terminem emisji. Dodatkowo każdy film ma być wykonany w sposób atrakcyjny wizualnie i dźwiękowo, przyciągający uwagę i wzbudzający emocje u odbiorców, nowoczesny – zgodny z aktualnymi trendami w technice filmowania i montażu, dostosowany również do potrzeb osób niepełnosprawnych. Akceptacja scenariuszy oraz gotowych filmików odbywa się za pośrednictwem poczty e-mail.

Wykonawca przystępuje do realizacji tego zadania niezwłocznie po zaakceptowaniu scenariuszy filmików przez Zamawiającego.

3. Przeprowadzenie kampanii w mediach społecznościowych (Facebook i Instagram)

Kampania w mediach społecznościowych będzie prowadzona przez 24 miesiące i będzie obejmować między innymi:

- opracowywanie i publikowanie 4 postów organicznych miesięcznie (1 post tygodniowo)
- moderacja postów i komentarzy w uzgodnieniu z Zamawiającym
- tworzenie wydarzeń
- moderacja skrzynki odbiorczej kampanii w godzinach 9-17 od poniedziałku do piątku
- copywriting na podstawie otrzymanych od Zamawiającego materiałów albo inwencja twórcza z dotychczasowych materiałów w razie braku nowych treści, z użyciem ustalonych hashtagów (np. #FunduszeEuropejskie, #FunduszeUE, #RCPSŁódź)
- podstawowe przygotowanie grafik i rolek na potrzeby profili FB i Instagram (praca na szablonach, drobny retusz, tonacja kolorów, dodanie CTA i/lub logotypu, przycięcie do odpowiedniej formy).

Wszystkie posty i publikacje umieszczane w mediach społecznościowych wymagają akceptacji przez Zamawiającego i muszą zawierać informację o projekcie, w ramach którego jest realizowana kampania oraz o źródłach jej finansowania.

4. Opracowanie koncepcji, przygotowanie scenariusza i nagranie jednego spotu radiowego promocyjnego dotyczącego realizacji kampanii w ramach projektu pn. „FASD – niepełnosprawność ukryta – poznaj zanim ocenisz” (ze wskazaniem informacji takich jak nazwa projektu, nazwa realizatora projektu, źródła finansowania).

Cecha:	Wymagane parametry:
Ilość	1 spot
Czas	30''
Uwagi	Wykonawca przystępuje do realizacji spotu po pisemnym bądź mailowym zaakceptowaniu przez Zamawiającego scenariusza spotu. Głos decydujący w odniesieniu do ostatecznego kształtu spotu otrzymuje Zamawiający, który ma prawo zgłaszać uwagi lub zastrzeżenia do momentu uzyskania oczekiwanego efektu. Wykonawca zobligowany jest do wprowadzenia poprawek w możliwie najszybszym terminie, tak aby nie kolidowało to z terminem emisji. Spot zostanie nagrany nie później niż w ciągu 14 dni od momentu zawarcia umowy.

5. Przeprowadzenie kampanii odsłonowej w rozgłośni radiowej o zasięgu regionalnym (teren województwa łódzkiego) – emisja spotu, o którym mowa w pkt 4, odbędzie się w dwunastu miesiącach, ale nie mniej niż 144 dni emisji w okresie 04.2026-03.2027, przy czym termin początku emisji może ulec zmianie za zgodą lub na prośbę Zamawiającego. Zmiana terminu przez Wykonawcę wymaga zgody Zamawiającego. Miesiące i dni emisji podlegają uzgodnieniu z Zamawiającym.

Cecha:	Wymagane parametry:
--------	---------------------

Nośnik	Rozgłośnia nadająca program na obszarze województwa łódzkiego oraz zapewniająca bezpłatny przekaz antenowy do mieszkańców województwa łódzkiego
Ilość dni emisji	Co najmniej 144 dni emisji, minimum 2 razy w tygodniu w godzinach największej słuchalności nośnika
Akceptacja	Wykonawca przystępuje do przeprowadzenia kampanii radiowej po zaakceptowaniu przez Zamawiającego propozycji rozkładu emisji w podziale na miesiące, dni i godziny emisji.

6. Przeprowadzenie kampanii graficznej przy wykorzystaniu nośników typu citylight. Pozyskanie przestrzeni reklamowej na terenie Łodzi i województwa łódzkiego w łącznej ilości nie mniej niż 10 sztuk przez okres 12 miesięcy, ze zmianą lokalizacji co 3 miesiące, w różnych częściach miasta na najbardziej uczęszczanych przystankach miasta Łodzi, jej wynajem, zaprojektowanie i druk plakatów do nośników typu citylight oraz ich montaż/demontaż w nośnikach pozostają po stronie Wykonawcy. Zaprojektowane plakaty muszą być spójne z ideą kreatywną i linią graficzną kampanii. Projekt plakatu musi być przekazany w formie elektronicznej Zamawiającemu i przez niego zaakceptowany. W razie uwag ze strony Zamawiającego Wykonawca jest obowiązany do wnoszenia poprawek do momentu otrzymania oczekiwanego efektu. Stworzony przez Wykonawcę plakat musi spełniać wymagania techniczne nośnika. W razie uszkodzenia/zniszczenia plakatu jego powtórny wydruk leży po stronie Wykonawcy. Zakłada się co najmniej 75 dni odstłonowych w okresie 04.2026-03.2027 r. Termin rozpoczęcia realizacji danego zadania może ulec zmianie za zgodą lub na prośbę Zamawiającego.

Ostateczny projekt, harmonogram i lista proponowanych lokalizacji nośników citylight wymagają akceptacji Zamawiającego. Wszelkie zmiany w lokalizacji nośników wymagają uzgodnienia z Zamawiającym.

VIII. Prawa autorskie

W ramach wynagrodzenia Wykonawca przeniesie na Województwo Łódzkie – Regionalne Centrum Polityki Społecznej w Łodzi całość autorskich praw majątkowych,

praw pokrewnych oraz zezwoli na wykonywania autorskiego prawa zależnego oraz udzieli wyłącznego prawa zezwalania na wykonywanie autorskiego prawa zależnego do wszystkich utworów powstałych w ramach kampanii (w tym treści, postów, filmów, grafik, spotów radiowych, slajdów, prezentacji itp.), bez ograniczeń czasowych i terytorialnych, na wszystkich znanych polach eksploatacji na zasadach określonych w umowie.

Wykonawca oświadcza, że prawa do materiałów kampanii będą wolne od wad prawnych, nie będą naruszać praw osób trzecich, a prawa do utworów i wykonania zostaną prawidłowo nabyte od ich twórców i wykonawców, w sposób umożliwiający pełną eksploatację materiałów w zakresie określonym w OPZ.

IX. Wykonanie analizy/raportu z przeprowadzonej kampanii zawierającej/ego:

Po zakończeniu realizacji kampanii społecznej, która jest przedmiotem zamówienia, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu raport, zawierający analizę przeprowadzonej kampanii. Analiza będzie obejmować między innymi statystyki Reach – zasięg kampanii, Impressions – liczba wyświetleń materiałów kampanii, AFINITY INDEX – stopień dopasowania medium do grupy docelowej, Engagement Rate – zaangażowanie grupy docelowej oraz inne niezbędne do oceny skuteczności przeprowadzonej kampanii społecznej. Wykonawca w raporcie opíše również problemy, które pojawiały się w czasie trwania kampanii społecznej i wykorzystane sposoby ich rozwiązania.

X. Wytyczne dotyczące realizacji zasad równościowych w ramach funduszy unijnych na lata 2021-2027

Przy wykonaniu zamówienia Wykonawca jest obowiązany stosować wszelkie wytyczne programowe w ramach programu Fundusze Europejskie dla Łódzkiego 2021-2027, w tym Wytyczne dotyczące realizacji zasad równościowych w ramach funduszy unijnych na lata 2021-2027, które są dostępne pod linkiem [Wytyczne dotyczące realizacji zasad równościowych w ramach funduszy unijnych na lata 2021-2027.](#)