Załącznik nr 1 do zapytania ofertowego

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Dot. postępowania pn. Kampania promująca rodzicielstwo zastępcze na zlecenie OPS Chorzów

Zamówienie jest realizowane w ramach Projektu „Rodzina Bezpieczna Przystań" dofinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach programu Fundusze Europejskie dla Śląskiego 2021-2027 (Europejski Fundusz Społeczny+) dla Priorytetu: FESL.07.00-Fundusze Europejskie dla społeczeństwa dla Działania: FESL.07.07-Wsparcie rodziny, dzieci i młodzieży oraz deinstytucjonalizacja pieczy zastępczej

I. **Opis przedmiotu zamówienia – część ogólna:**

1. Przedmiotem zamówienia jest kompleksowe przeprowadzenie spójnej kampanii promocyjnej na rzecz rodzicielstwa zastępczego.
2. Wspólny słownik zamówień (CPV):
   1) Kod główny 79341400-0 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych,
   2) Kody dodatkowe:
      a) 79340000-9 – Usługi reklamowe i marketingowe
      b) 79970000-4 – Usługi publikacji
      c) 79341200-8 – Usługi zarządzania reklamą
      d) 79341000-6 – Usługi reklamowe
      e) 92111250-9 – Produkcja filmów informacyjnych
      f) 79822500-7 – Usługi projektów graficznych
      g) 79810000-5 – Usługi drukowania
3. Celem kampanii będzie podjęcie działań zmierzających do zmotywowania odbiorców do tworzenia rodzin zastępczych poprzez szczegółową informację na ten temat. Kampania informacyjna, edukacyjna i medialna ma na celu pokazanie, że bycie rodzicem zastępczym to nie tylko obowiązek, ale również źródło satysfakcji. Zakłada się, iż wielu ludzi nie podejmuje decyzji o założeniu rodziny zastępczej z powodu braku wiedzy o formach wsparcia, procedurach i możliwościach uzyskania pomocy ze strony instytucji – kampania ma temu przeciwdziałać.
4. Wszelkie materiały w ramach kampanii zostaną przygotowane w sposób dostępny dla każdego potencjalnego odbiorcy – w szczególności grafiki i treści zostaną przygotowane z zachowaniem zasad czytelności, prostego języka, kontrastu. Dodatkowo wykonawca zastosuje racjonalne, dostosowane do danego środka wykorzystanego w

kampanii usprawnienia dla odbiorców z niepełnosprawnościami lub dodatkowymi potrzebami komunikacyjnymi (np. audiodeskrypcja, tłumacz języka migowego itp.).

5. Wykonawca realizując zamówienie będzie się stosował do zasad równości i niedyskryminacji oraz zasady równości kobiet i mężczyzn zgodnie z wytycznymi dotyczącymi realizacji zasad równościowych w ramach funduszy unijnych na lata 2021-2027.
6. Wszelkie materiały reklamowe muszą być w pełni zgodne z aktualnymi Wytycznymi dotyczącymi informacji i promocji Funduszy Europejskich oraz zasadami Księgi Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie.
7. Wykonawca ma bezwzględny obowiązek dostosowania materiałów do standardów dostępności dla osób z niepełnosprawnościami (zgodnie z zasadami projektowania uniwersalnego), co obejmuje w szczególności:
   1) Stosowanie wyłącznie czytelnych, bezszeryfowych czcionek o odpowiedniej wielkości.
   2) Zapewnienie właściwego kontrastu tekstu do tła (minimum 4,5:1).
8. Wykonawca ma bezwzględny obowiązek realizować zamówienie zgodnie z wytycznymi unijnymi dotyczącymi tzw. zielonych zamówień, zgodnie z zasadą niewyrządzania poważnych szkód środowisku.
9. W działaniach informacyjno-promocyjnych nie będzie się stosować przekazu dyskryminującego, ośmieszającego bądź utrwalającego stereotypy z jakiegokolwiek powodu w szczególności ze względu na niepełnosprawność, płeć, rasę, kolor skóry, pochodzenie etniczne lub społeczne, cechy genetyczne, język, religię lub przekonania, poglądy polityczne lub wszelkie inne poglądy, przynależność do mniejszości narodowej, majątek, urodzenie, wiek lub orientację seksualną.
10. Wszystkie wytworzone przez Wykonawcę materiały graficzne, filmowe, dźwiękowe muszą zostać opatrzone zgodnie z zasadami wynikającymi z zasad promocji projektów realizowanych w ramach funduszy unijnych na lata 2021-2027. Zamawiający niezwłocznie po podpisaniu umowy przekaże Wykonawcy niezbędne logotypy oraz informacje o funkcjonowaniu rodzin zastępczych i formach ich wspierania. Działania informacyjno-promocyjne realizowane będą zgodnie ze standardem informacyjno-promocyjnym, określonym w załączniku nr 2 „Standardy dostępności dla polityki spójności 2021-2027” do „Wytycznych dotyczących realizacji zasad równościowych w ramach funduszy unijnych na lata 2021-2027”.
11. Materiały przekazywane będą przez Wykonawcę w postaci plików tekstowych (docx), plików graficznych otwartych (logotypów, grafik i pozostałych elementów) oraz wideo w formacie cyfrowym na nośnikach umożliwiających ich edytowanie, odtwarzanie, powielanie, ponowne wykorzystanie oraz archiwizację.

12. Wykonawca musi realizować cel kampanii tj. promocję rodzicielstwa zastępczego wśród grupy docelowej kampanii zaplanowanej przez Zamawiającego tj. potencjalnych rodzin zastępczych zamieszkałych na terenie Miasta Chorzów oraz miast ościennych.
13. Motywy niepożądane:
    1) Wykorzystywanie sztampowych motywów, które nie oddają faktycznego potencjału oraz pozytywów bycia rodziną zastępczą;
    2) Sposób przekazu sztuczny, przerysowany, pozbawiony autentyzmu;
    3) Niedopasowanie treści do grupy docelowej, kanału komunikacji oraz nośników.
14. **Wykonawca sporządzi i będzie się nim posługiwał we wszystkich materiałach promocyjnych:**
    1) **Hasło promocyjne** powinno oddawać charakter kampanii i założenia projektu dotyczące promocji rodzicielstwa zastępczego. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu 3 propozycje haseł promocyjnych w terminie 7 dni od daty podpisania umowy; Zamawiającego zobowiązuje się do wyboru hasła albo zgłoszenia swoich uwag i zastrzeżeń w ciągu 3 dni roboczych od daty otrzymania od Wykonawcy projektów haseł.
    2) **Key visual (motyw przewodni)** – Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycję motywu w terminie 7 dni od daty podpisania umowy oraz wprowadzi poprawki zgłoszone przez Zamawiającego, który zobowiązuje się do zgłoszenia swoich uwag i zastrzeżeń w ciągu 3 dni roboczych od daty otrzymania od Wykonawcy projektu w/w motywu.
15. Wykonawca zobowiązany będzie do korzystania z zatwierdzonego - odpowiednio hasła lub key visual - adekwatnie do rodzaju materiału promującego.
16. W celu zapewnienia pełnej spójności identyfikacji wizualnej, dźwiękowej oraz koncepcyjnej całej kampanii, Zamawiający dopuszcza, a także rekomenduje **wzajemne i wielokrotne wykorzystywanie tych samych motywów, scen, ujęć, zdjęć, grafik, haseł oraz ścieżek dźwiękowych we wszystkich tworzonych w ramach zamówienia materiałach** (w spocie LCD, spocie radiowym, plakatach, ulotkach oraz innych materiałach promocyjnych).
17. W ramach kampanii wykonawca będzie miał obowiązek zrealizować 4 zadania szczegółowo opisane w rozdziałach od II – V.
18. Postępowanie nie zostało podzielone na części ze względu na konieczność zachowania spójnego charakteru całej kampanii – w szczególności opracowania i używania jednolitego motywu (key visual), hasła.

II. Opis zadania nr 1 – przygotowanie i dostarczenie zamawiającemu plakatów, ulotek i banerów mobilnych

1. Zadanie obejmuje zaprojektowanie, przygotowanie i dostawę plakatów, ulotek, banerów mobilnych zgodnych z niżej wymienionymi wymaganiami

1) Plakaty: planowane 150 sztuk;
   a) W formie kalendarza na rok 2027 (75 sztuk) i rok 2028 (75 sztuk), posiadające praktyczne uchwyty/wycięcia umożliwiające zawieszenie na ścianach. Plakat w formie kalendarza zawierać powinien, m.in. motyw graficzny kampanii (key visual), hasło promocyjne oraz logotypy informujące o dofinansowaniu ze środków UE
   b) Format: A1 (594 x 841 mm) w układzie jednostronnym.
   c) Podłoże (Materiał): Papier powlekany bezdrzewny typu kreda mat o gramaturze w przedziale 170 g/m² – 200 g/m². Surowiec użyty do produkcji papieru musi pochodzić ze zrównoważonych źródeł, co Wykonawca potwierdzi poprzez dostarczenie dokumentu (np. certyfikatu FSC, PEFC lub równoważnego) dla zastosowanego papieru na etapie rozliczenia/dostawy. Na fakturze VAT lub dokumencie WZ wymagana jest jasna adnotacja o zastosowaniu papieru certyfikowanego lub pochodzącego z recyklingu.
   d) Wykończenie / Uszlachetnienie: Matowe, zapobiegające powstawaniu refleksów światła i odblasków (zgodnie ze Standardami Dostępności dla polityki spójności UE). W celu zabezpieczenia nadruku przed zarysowaniami, ścieraniem oraz mechanicznymi uszkodzeniami podczas zwijania i transportu, plakat należy zabezpieczyć ekologicznym lakierem dyspersyjnym matowym. Niedopuszczalne jest stosowanie laminatów (foliowania) z tworzyw sztucznych (np. folii PP), które uniemożliwiają późniejszy recykling papieru.
   e) Wymogi techniczne druku i rozdzielczości: Druk pełnokolorowy jednostronny (4+0) przy użyciu farb ekologicznych (np. na bazie olejów roślinnych). Wszystkie elementy rastrowe (zdjęcia, bitmapy) zawarte w pliku produkcyjnym muszą posiadać rozdzielczość minimum 150 DPI (rekomendowane 200 DPI) w skali 1:1. Elementy tekstowe oraz obowiązkowe znaki i logotypy unijne muszą być przygotowane w formacie wektorowym, gwarantującym pełną ostrość krawędzi bez względu na format wydruku. Parametry papieru muszą zapewniać pełną elastyczność umożliwiającą wielokrotne zwijanie plakatu w rulon i pakowanie do tub transportowych bez ryzyka pękania warstwy toneru/farby oraz powstawania trwałych odkształceń.
   f) Projekt graficzny i kontrast: Wykonawca zobowiązany jest do zachowania odpowiedniego poziomu kontrastu dla wszystkich elementów tekstowych oraz logotypów (minimalny stosunek kontrastu 4,5:1), zapewniając pełną czytelność zgodnie z wytycznymi dotyczącymi dostępności dla osób słabowidzących.
   g) Propozycję wstępnego projektu plakatu. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji przed przystąpieniem do druku - w terminie 10 dni od daty zawarcia umowy. Zamawiający zobowiązuje się do zgłoszenia swoich uwag i zastrzeżeń w ciągu 3 dni roboczych od daty otrzymania od Wykonawcy projektu plakatu. Projekt musi być zgodny z aktualnym podręcznikiem znakowania projektów unijnych dla

perspektywy 2021-2027, a układ logotypów nie może być mniejszy niż wymogi minimalne określone w księdze znaku

2) Ulotki; ilość: planowane 1.000 sztuk;
   a) Ulotka zawierać powinna, m.in. motyw graficzny kampanii (key visual), hasło promocyjne oraz informacje i logotypy informujące o dofinansowaniu ze środków UE.
   b) Format: A5 w układzie dwustronnym
   c) Podłoże (Materiał): Papier matowy powlekany lub niepowlekany, pochodzący w 100% z recyklingu lub posiadający certyfikat zrównoważonego leśnictwa (FSC, PEFC lub równoważny). Gramatura papieru musi wynosić minimum 150 g/m² do maksymalnie 170 g/m² – parametry te muszą zapewniać odpowiednią nieprzezroczystość materiału, uniemożliwiającą prześwitywanie druku na drugą stronę (zgodnie ze Standardami Dostępności UE). Wykonawca potwierdzi pochodzenie surowca stosownym dokumentem lub adnotacją na fakturze VAT / dokumencie WZ.
   d) Wykończenie: Wyłącznie matowe, eliminujące odblaski i refleksy światła, co zapewnia pełną czytelność tekstu dla osób słabowidzących. Całkowity zakaz stosowania folii z tworzyw sztucznych (np. folii PP błysk/mat) w celu umożliwienia pełnego, ponownego recyklingu materiału.
   e) Wymogi techniczne projektu i rozdzielczości: Projekt graficzny ulotki musi zostać przygotowany w skali 1:1. Wszystkie elementy rastrowe (np. zdjęcia, tła bitmapowe) użyte w projekcie muszą posiadać rozdzielczość dokładnie 300 DPI. Elementy tekstowe, linie oraz obowiązkowe znaki i logotypy unijne muszą być osadzone w formacie wektorowym (krzywych), co zagwarantuje idealną ostrość krawędzi i czytelność małego tekstu. Plik finalny do druku musi zostać przygotowany z uwzględnieniem spadów drukarskich (minimum 2 mm z każdej strony) oraz bezpiecznego marginesu wewnętrznego dla istotnych treści (min. 4 mm od linii cięcia).
   f) Technika druku: Druk przy użyciu farb ekologicznych (np. na bazie olejów roślinnych, wolnych od lotnych związków organicznych - LZO).
   g) Propozycję wstępnego projektu ulotki, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji przed przystąpieniem do druku - w terminie 10 dni od daty zawarcia umowy. Zamawiający zobowiązuje się do zgłoszenia swoich uwag i zastrzeżeń w ciągu 3 dni roboczych od daty otrzymania od Wykonawcy projektu ulotki. Projekt musi być zgodny z aktualnym podręcznikiem znakowania projektów unijnych dla perspektywy 2021-2027, a układ logotypów nie może być mniejszy niż wymogi minimalne określone w księdze znaku
3) Banery mobilne typu roll-up; ilość: planowane 10 sztuk - w tym 3 do użytku zewnętrznego i 7 do użytku w pomieszczeniach;

a) Każdy zestaw zawierać powinien roll-up wyposażony w odpowiedni dla danego rodzaju systemu mechanizm zwijająco-napinający, grafikę oraz torbę transportową. Wszystkie systemy będą mobilne i będą nadawały się do wielokrotnego użytku,
b) Wydruk jednostronny, odporny na warunki zewnętrzne, w tym - w przypadku systemów zewnętrznych – na warunki atmosferyczne,
c) Baner powinien zawierać, m.in. motyw graficzny kampanii (key visual), hasło promocyjne oraz informacje i logotypy informujące o dofinansowaniu ze środków UE.
d) Wymiary grafiki: 85 x 200 cm.
e) Podłoże grafiki (Materiał):
   — Dla systemów wewnętrznych (indoor): Gładkie, stabilne wymiarowo podłoże o strukturze i sztywności dedykowanej do systemów rolowanych. Materiał – niezależnie od swojej gramatury i składu surowcowego – pod wpływem stałego napięcia mechanizmu kasety musi bezwzględnie zachowywać idealną płaszczyznę i pion. Niedopuszczalne jest występowanie efektu łódkowania, marszczenia lub zwijania się krawędzi bocznych wydruku do środka (wymóg curl-free).
   — Dla systemów zewnętrznych (outdoor): Wzmocnione podłoże o podwyższonej odporności na rozciąganie, rozdzieranie oraz uszkodzenia mechaniczne wywołane dynamicznymi podmuchami wiatru. Materiał musi być w pełni odporny na czynniki atmosferyczne, w tym na długotrwałe działanie wilgoci, bezpośrednie opady deszczu, skrajne temperatury oraz promieniowanie UV. Struktura materiału musi uniemożliwiać absorpcję wody, odbarwianie oraz rozwarstwianie się.
   — Konstrukcja materiału musi posiadać wewnętrzną warstwę całkowicie blokującą światło (nieprzepuszczalność min. 99%). Zastosowana bariera musi w pełni eliminować prześwitywanie elementów konstrukcyjnych rollupu (masztu) oraz powstawanie cieni na awersie grafiki, niezależnie od intensywności oświetlenia tła.
   — Materiał musi być całkowicie wolny od związków chloru (PVC-free / bez PCW) oraz w 100% zdatny do recyklingu lub biodegradowalny (w przypadku podłoży celulozowych wymagany certyfikat FSC / PEFC lub równoważny).
f) Wykończenie grafiki: Matowe, zapobiegające powstawaniu refleksów i odbić światła reflektorów/oświetlenia wewnętrznego, gwarantujące wysoką czytelność i kontrast prezentowanych treści.
g) Konstrukcja (Kaseta i maszt):
   — Dla systemów wewnętrznych: wytrzymała kaseta typu premium (wzmocniona), wykonana z materiału nadającego się do recyklingu
   — Dla systemów zewnętrznych: wytrzymała kaseta typu outdoor (zewnętrzna), przystosowana do trudnych warunków atmosferycznych.

- Kaseta w obu rodzajach musi być wyposażona w mechanizm pozwalający na wielokrotną, bezproblemową wymianę samej grafiki bez konieczności utylizacji całego systemu (zgodnie z unijnymi zasadami gospodarki o obiegu zamkniętym).
- W zestawie musi znajdować się torba dedykowana do oferowanego systemu, wyścielana warstwą pianki amortyzującej, zapobiegająca uszkodzeniom mechanicznym oraz wgnieceniom kasety podczas transportu i magazynowania, wyposażona w uchwyt do przenoszenia.

h) Wymogi techniczne projektu i rozdzielczości: Projekt graficzny roll-upu musi zostać przygotowany w skali 1:1. Elementy rastrowe (np. zdjęcia wielkoformatowe) użyte w projekcie muszą posiadać rozdzielczość minimum 150 DPI (rekomendowane 200 DPI). Kluczowe elementy informacyjne, tekstowe oraz zestaw logotypów unijnych muszą bezwzględnie pozostać w formacie wektorowym w celu zapewnienia maksymalnej czytelności. W projekcie należy uwzględnić tzw. margines technologiczny dolny (min. 10-15 cm) – obszar na dole grafiki, który pozostaje schowany w kasecie roll-upu i nie może zawierać żadnych tekstów ani logotypów.

h) Propozycję wstępnego projektu grafiki, Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji przed przystąpieniem do druku - w terminie 10 dni od daty zawarcia umowy. Zamawiający zobowiązuje się do zgłoszenia swoich uwag i zastrzeżeń w ciągu 3 dni roboczych od daty otrzymania od Wykonawcy ww. projektu. Projekt musi być zgodny z aktualnym podręcznikiem znakowania projektów unijnych dla perspektywy 2021-2027, a układ logotypów nie może być mniejszy niż wymogi minimalne określone w księdze znaku

2. Zamawiający dopuszcza rozwiązania równoważne, pod warunkiem, że ich zastosowanie zagwarantuje uzyskanie co najmniej takiego samego lub wyższego poziomu jakości produktu finalnego. Wszelkie materiały i technologie muszą być w pełni zgodne z wytycznymi UE dotyczącymi promocji, spełniać zasadę DNSH (nieczynienia poważnych szkód środowiskowych) oraz realizować zasadę dostępności dla osób z niepełnosprawnościami (m.in. poprzez wysoki kontrast i czytelną czcionkę).
3. Miejsce dostawy materiałów: Siedziba Ośrodka Pomocy Społecznej w Chorzowie.
4. Termin dostawy: nie później niż 15 dni od zaakceptowania projektów przez Zamawiającego

III. **Opis zadania 2 – przygotowanie i zamieszczenie ogłoszeń w prasie i na stronach internetowych**

1. Zadanie obejmuje przygotowanie i umieszczenie ogłoszeń w prasie i na stronach internetowych
2. Wykonawca w ciągu 14 dni od daty zawarcia umowy przygotuje propozycję projektu ogłoszenia, zawierającego m.in. motyw graficzny kampanii (key visual), hasło promocyjne

oraz informacje i logotypy informujące o dofinansowaniu ze środków UE. Wzór ogłoszenia oraz jego forma techniczna wymaga akceptacji Zamawiającego. Zamawiający zobowiązuje się do zgłoszenia swoich uwag i zastrzeżeń w ciągu 3 dni roboczych od daty otrzymania od Wykonawcy projektu ogłoszenia.

3. Wykonawca w ciągu 14 dni od daty zawarcia umowy przygotuje listę gazet i stron internetowych, na których będą publikowane ogłoszenia. Lista stron oraz planowane koszty wymagają akceptacji Zamawiającego w ciągu 3 dni roboczych od jej otrzymania.
4. Wymagania minimalne:
   1) Prasa drukowana (lokalna/regionalna)
      a) Zasięg terytorialny: Tytuły prasowe o zasięgu obejmującym co najmniej obszar miasta Chorzów oraz miast ościennych (Aglomeracja Śląska / Górnośląsko-Zagłębiowska Metropolia).
      b) Minimalna liczba publikacji: Łącznie minimum 2 publikacje ogłoszenia w każdej edycji (tj. 2 w jednym roku i 2 w drugim roku projektu)
      c) Minimalny format pojedynczego ogłoszenia: 1/2 strony formatu gazety lub format ekwiwalentny o powierzchni nie mniejszej niż 400 cm².
      d) Kolorystyka: dostosowana do specyfikacji technicznej i możliwości wybranego tytułu prasowego
   2) Portale internetowe (lokalne/regionalne)
      a) Zasięg i charakterystyka: Najpopularniejsze lokalne portale informacyjne i miejskie dedykowane dla mieszkańców Chorzowa oraz miast ościennych.
      b) Minimalna liczba portali: Emisja na co najmniej 2 różnych portalach internetowych.
      c) Forma: Internetowy baner reklamowy w widocznej części sekcji informacyjnej
      d) Czas trwania emisji: Łącznie minimum po 10 dni w każdej edycji projektu (czyli 10 dni w pierwszym i 10 dni w drugim roku projektu) nieprzerwanej emisji na każdym z portali.
5. Wykonawca w cenie oferty zobowiązany jest uwzględnić wszelkie koszty - pełen koszt zakupu powierzchni reklamowej, przygotowania projektów graficznych (w tym adaptacji do wymogów technicznych poszczególnych redakcji) oraz zarządzania kampanią.
6. Zamawiający dopuszcza, aby w ramach przedstawionego po umowie kosztorysu Wykonawca zaproponował większą liczbę publikacji, większe formaty lub dłuższy czas emisji, jeżeli pozwolą na to wynegocjowane przez niego stawki u wydawców (w ramach zaoferowanej ceny ryczałtowej).
7. Termin realizacji nie później niż 15 dni od zaakceptowania projektów przez Zamawiającego

IV. **Opis zadania 3 – produkcja i dystrybucja spotu radiowego w mediach lokalnych**

1. Przedmiotem zadania jest produkcja i dystrybucja jednej wersji spotu radiowego w mediach lokalnych.

2. Zasięg terytorialny rozgłośni: Regionalna lub lokalna rozgłośnia radiowa nadająca program na falach FM/ukf, której sygnał i zasięg nadawczy obejmuje miasto Chorzów oraz miasta ościenne (np. Radio Piekary, Radio Silesia lub równoważne). **Kryterium równoważności:** Za rozgłośnię równoważną Zamawiający uzna stację radiową o charakterze lokalnym lub regionalnym, która wykaże i udokumentuje realny zasięg nadawczy na obszarze Chorzowa oraz miast ościennych.
3. Rozgłośnia musi działać na podstawie aktualnej koncesji wydanej przez Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (KRRiT) na rozpowszechnianie programu radiowego w sposób naziemny.
4. Do zadań Wykonawcy będzie należała produkcja spotu min. 30 sekundowego na potrzeby emisji w radiu lokalnym na podstawie scenariusza przedstawionego przez Wykonawcę i zatwierdzonego przez Zamawiającego, wraz ze ścieżką dźwiękową i podkładem lektora.
5. Spot musi zawierać m.in. hasło promocyjne oraz informację o dofinansowaniu ze środków UE.
6. Termin realizacji emisji spotów: minimum 1 spot, 1 raz na dzień przez okres 1 miesiąca kalendarzowego w pierwszym roku trwania Projektu oraz minimum 1 spot, 1 raz na dzień przez okres 1 miesiąca kalendarzowego w drugim roku trwania Projektu.
7. Termin rozpoczęcia realizacji: nie później niż 30 dni od zaakceptowania projektów przez Zamawiającego
8. W ramach realizacji zadania Wykonawca zobowiązany jest do:
   1) Przedstawienia Zamawiającemu w przeciągu **14 dni** od daty zawarcia umowy harmonogramu produkcji spotu zawierającego terminy i działania związane z jego produkcją i emisją (w tym propozycje stacji radiowych), celem akceptacji przez Zamawiającego.
   2) Konsultacji i uzyskania akceptacji Zamawiającego przed produkcją spotu każdego działania związanego z realizacją spotu, w tym w szczególności:
      a) Głos lektora.
      b) Dobór podkładu muzycznego;
      c) Zastosowania AI w realizacji spotu.
   3) Zagwarantowania realizacji spotu przez profesjonalną ekipę techniczną dostosowaną do charakteru spotu.
   4) Zagwarantowania wysokiej jakość nagrania i estetyki przekazu, spójnej z założeniami celów kampanii i grupy docelowej.
   5) Pokrycia zobowiązań cywilno-prawnych związanych z utrwaleniem i wykorzystaniem głosu lektora biorącego udział w spocie reklamowym i wykorzystanej w spocie ścieżki dźwiękowej.
   6) Przedstawienia Zamawiającemu spotu z podkładem muzycznym (przed emisją, w celu uzyskania końcowej akceptacji) w ciągu **7 dni** od daty zatwierdzenia przez Zamawiającego harmonogramu produkcji spotu. Zamawiający zobowiązuje się do zgłoszenia swoich uwag i zastrzeżeń w ciągu **3 dni roboczych** od daty otrzymania od Wykonawcy projektu spotu.

7) Przekazania Zamawiającemu zaakceptowanego, zmontowanego spotu wraz z podkładem muzycznym, lektorem, w formie plików elektronicznych dostępnych standardowo w systemie Windows 10 i wyższym np. na płycie DVD w 2 egzemplarzach (do uzgodnienia pomiędzy Stronami) wraz z prawami i licencjami do spotu.
8) W ramach wynagrodzenia zawartego w umowie nastąpi przeniesienie przez Wykonawcę na Zamawiającego autorskich praw majątkowych z prawami zależnymi od wszystkich utworów powstałych w ramach realizacji opisanego wyżej przedmiotu zamówienia.
9) Wszelkie koszty emisji spotu, w zakresie wyżej opisanym, pokrywane są przez Wykonawcę w ramach otrzymywanego wynagrodzenia.

V. **Opis zadania 4- Reklamy w publicznej komunikacji miejskiej i na przystankach**

1. Zadanie obejmuje produkcję i zamieszczenie reklamy w publicznej komunikacji miejskiej działającej na terenie Miasta Chorzów (ZTM) i na przystankach komunikacji miejskiej na terenie Miasta Chorzów tj.:
   1) produkcję i zamieszczenie 1 plakatu na 1 przystanku przez okres 6 miesięcy – na każdy rok realizacji dwuletniego Projektu. Miejsce ekspozycji: 1 raz okolice Rynku w Chorzowie, 1 raz: teren Chorzowa – Batorego.
   2) produkcję i zamieszczenie 1 reklamy LCD we wnętrzu pojazdu komunikacji publicznej na trasie przebiegającej głównie przez teren Miasta Chorzów na każdy rok realizacji dwuletniego Projektu. Przez okres 10 miesięcy w autobusie, a - następnie - 10 miesięcy w tramwaju (kolejność dowolna).
2. Reklama zawierać powinna, m.in. motyw graficzny kampanii (key visual), hasło promocyjne oraz informację i logotypy informujące o dofinansowaniu ze środków UE.
3. Plakat – format: dopuszczalna wielkość udostępniona przez wynajmującego powierzchnię
4. Reklama LCD – długość spotu min. 10 sek.
5. Częstotliwość wyświetlania reklamy LCD: zgodnie z warunkami wynajmującego (zgodnie z rozkładem jazdy ZTM).
6. Przedstawienie wszelkich komunikatów w formie tekstowej, animacyjnej, filmowej lub graficznej na ekranach LCD (z uwagi na emisję bezdźwiękową).
7. Plakaty muszą zostać wykonane z materiałów gwarantujących wysoką jakość estetyczną, odporność na warunki atmosferyczne (w tym wilgoć i promieniowanie UV) oraz pełną trwałość ekspozycji przez cały wymagany okres ekspozycji
8. W celu zapewnienia standardów dostępności dla osób z niepełnosprawnościami wzrokowymi (osób słabowidzących), plakaty muszą zostać wydrukowane na matowym papierze dedykowanym do nośników typu citylight (tzw. papier kantoński) o gramaturze minimum 150g/m² lub pokryte matowym laminatem antyrefleksyjnym. Wykończenie matowe ma na celu całkowite wyeliminowanie odblasków świetlnych utrudniających percepcję i czytelność treści (w tym obowiązkowych logotypów UE)

9. W ramach realizacji zamówienia Wykonawca zobowiązany jest do stosowania materiałów i technologii przyjaznych dla środowiska (Zielone Zamówienia). Druk musi zostać wykonany przy użyciu ekologicznych, bezwonnych tuszów (np. lateksowych lub pigmentowych na bazie wody), niezawierających szkodliwych związków lotnych (VOC). Papier użyty do druku plakatów musi posiadać certyfikat FSC (Forest Stewardship Council) lub równoważny, potwierdzający pozyskanie surowca z odpowiedzialnie zarządzanych zasobów leśnych.
10. Dopuszczenie rozwiązań równoważnych: Zamawiający dopuszcza zastosowanie rozwiązań równoważnych w zakresie materiału i technologii nośnika (np. matowej folii poliestrowej typu backlight, tkanin napinanych), pod warunkiem że rozwiązanie równoważne spełni łącznie następujące minimalne kryteria:
    1) W zakresie dostępności (UE): Zapewni matową powierzchnię antyrefleksyjną o stopniu czytelności i kontrastowości tekstów (minimum 4,5:1) nie gorszym niż opisany w lit. a papier kantoński.
    2) W zakresie ekologii (Eko): Zostanie wyprodukowane/wyemitowane przy użyciu technologii o obniżonym śladzie węglowym (np. nośniki z recyklingu PET posiadające certyfikaty środowiskowe)
    3) W zakresie trwałości (UE): Zagwarantuje niezmienność formy graficznej i nasycenia barw przez cały okres trwania umowy (brak blaknięcia logotypów UE).
    4) W przypadku zaoferowania rozwiązania równoważnego, Wykonawca zobowiązany jest udowodnić w ofercie (np. za pomocą kart technicznych), że proponowane przez niego rozwiązanie spełnia wymagania określone przez Zamawiającego.
11. Wymagania dotyczące montażu i utrzymania ekspozycji:
    1) Wykonawca zobowiązany jest do montażu plakatów w gablotach wiat przystankowych w sposób profesjonalny, zapewniający estetyczny wygląd (brak zagięć, pęcherzy powietrza) oraz trwałość mocowania uniemożliwiającą samoistne odklejenie lub przesunięcie się plakatu przez cały wymagany okres ekspozycji.
    2) Wykonawca ponosi pełną odpowiedzialność za stan techniczny i wizualny plakatów w okresie trwania kampanii. W przypadku stwierdzenia uszkodzenia, odklejenia plakatów lub aktu wandalizmu, Wykonawca zobowiązany jest do bezpłatnej wymiany (dodruku i ponownego montażu) zniszczonego nośnika w terminie do 48 godzin od momentu zgłoszenia przez Zamawiającego.
12. W ramach realizacji zadania Wykonawca zobowiązany jest do przedstawienia Zamawiającemu w przeciągu **21 dni** od daty zawarcia umowy projektu reklamy LCD, projektu plakatu oraz harmonogramu produkcji reklamy zawierającego terminy i działania związane z jego produkcją i emisją (w tym propozycje linii autobusowych/tramwajowych oraz lokalizacji przystanków), celem akceptacji przez Zamawiającego. Zamawiający zobowiązuje się do zgłoszenia swoich uwag i zastrzeżeń w ciągu 3 dni roboczych od daty otrzymania od Wykonawcy projektu harmonogramu.

13. Świadczenie usługi reklamy w pojazdach komunikacji miejskiej ma się odbywać w pojazdach realizujących kursy w sieci Zarządu Transportu Metropolitalnego (ZTM) lub równoważnego organizatora publicznego transportu zbiorowego, którego linie przebiegają przez teren administracyjny Miasta Chorzów.
14. Przez pojazdy równoważne Zamawiający rozumie ogólnodostępne pojazdy regularnej komunikacji zbiorowej o charakterze publicznym, wykonujące przewozy pasażerskie na terenie Miasta Chorzów na podstawie rozkładów jazdy uzgodnionych z właściwymi organami samorządowymi.
15. Termin realizacji: nie później niż 21 dni od zaakceptowania projektów przez Zamawiającego, dopuszcza się przesunięcie terminu wykonania z powodów niezależnych od wykonawcy.
16. Wszelkie koszty produkcji i emisji reklam, w zakresie wyżej opisanym, pokrywane są przez Wykonawcę w ramach otrzymywanego wynagrodzenia.