Załącznik Nr 2 do SWZ

# Opis przedmiotu zamówienia.

Przedmiotem zamówienia jest zaplanowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej w prasie o zasięgu regionalnym, lokalnym oraz w Internecie, polegającej na promocji działań w ramach PO WER oraz RPO WM 2014-2020.

Kampania informacyjno– promocyjna będzie składała się z dwóch zadań:

1) Zamieszczeniu artykułów sponsorowanych w tygodniku/ach i/lub dwutygodniku/ach o zasięgu regionalnym, lokalnym, obejmujących swym zasięgiem konkretny region: Płocki, Warszawski, Radomski, Ostrołęcki, Siedlecki i Ciechanowski na obszarze województwa mazowieckiego.

2) Zaplanowaniu i przeprowadzeniu kampanii w Internecie w podziale na poszczególne etapy działania.

# Termin realizacji zadania

Zamówienie powinno zostać wykonane do:

Część 1:

2 artykuły sponsorowane w ramach PO WER: do 6 miesięcy od podpisania umowy, nie później niż do 30 listopada 2022 roku.

3 artykuły sponsorowane w ramach RPO WM: do 6 miesięcy od podpisania umowy, nie później niż do 30 listopada 2022 roku.

Część 2:

I etap: do 2 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 31 sierpnia 2022r.

II etap: do 5 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 30 września 2022 r.

III etap: do 7 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 12 grudnia 2022 r.

# Warunki udziału w postępowaniu

Dla części 1:

Wykonawca wykaże, że w przeciągu ostatnich 3 lat przeprowadził minimum 3 kampanie,
a każdą o wartości minimum 70 000 zł brutto, obejmujące tematyką zakres podobny do przedmiotu zamówienia Zamawiającego, w szczególności planowanie i prowadzenie kampanii w prasie.

Wykonawca wykaże, że dysponuje odpowiednio wykwalifikowanym personelem, w tym, że:

Dysponuje grafikiem, który posiada doświadczenie w przygotowaniu reklam w prasie
i w ciągu ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert wykonał usługi polegające na opracowaniu graficznym materiałów reklamowych do kampanii w prasie w ramach minimum 3 kampanii.

Dysponuje osobą, która posiada doświadczenie w planowaniu i prowadzeniu kampanii w prasie, i która w ciągu ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert wykonała usługę polegającą na opracowaniu materiałów reklamowych w prasie i/lub była odpowiedzialna za emisję opracowanych materiałów przeznaczonych do publikacji w ramach minimum 3 kampanii.

Dla części 2:

Wykonawca wykaże, że w przeciągu ostatnich 3 lat przeprowadził minimum 3 kampanie,
a każdą o wartości minimum 70 000 zł brutto, obejmujące tematyką zakres podobny do przedmiotu zamówienia Zamawiającego, w szczególności planowanie i prowadzenie kampanii w Internecie z wykorzystaniem Facebooka, YouTube i kampanii banerowych.

Wykonawca wykaże, że dysponuje odpowiednio wykwalifikowanym personelem, w tym, że:

Dysponuje grafikiem, który posiada doświadczenie w przygotowaniu reklam w Internecie
i w ciągu ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert wykonał usługi polegające na opracowaniu graficznym materiałów reklamowych do kampanii w Internecie w ramach minimum 3 kampanii.

Dysponuje osobą, która posiada doświadczenie w planowaniu i prowadzeniu kampanii
w Internecie z wykorzystaniem Facebooka, YouTube i kampanii banerowych, i która w ciągu ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert wykonała usługę polegającą na opracowaniu tekstów reklamowych (reklama tekstowa, posty, banery itd.) i/lub była odpowiedzialna za emisję opracowanych materiałów przeznaczonych do publikacji w ramach minimum 3 kampanii.

# Kryteria oceny ofert i sposób przyznawania punktów:

Część 1: Zamieszczenie artykułów sponsorowanych w tygodniku/ach i/lub dwutygodniku/ach o zasięgu regionalnym, lokalnym, obejmujących swym zasięgiem konkretny region: Płocki, Warszawski, Radomski, Ostrołęcki, Siedlecki i Ciechanowski na obszarze województwa mazowieckiego.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| L.p. | Kryterium | Waga | Punkty |
| 1 | Cena | 60% | 60 |
| 2 | Efektywność – dodatkowe formy promocji publikacji np. post, relacja w mediach społecznościowych | 40% | 40 |
|  | Razem: | 100% | 100 |

Przy dokonywaniu oceny zespół powołany do przeprowadzenia procedury posłuży się następującymi wzorami.

**Cena – maksymalnie 60 punktów**

Wartość punktowa ceny = [Cn:Cb x 60%] x 100 pkt, gdzie

Cn- najniższa cena ofertowa (brutto) spośród wszystkich ważnych ofert;

Cb- cena oferty ocenianej (brutto).

**Efektywność – dodatkowe formy promocji publikacji np. post, relacja w mediach społecznościowych – maksymalnie 40 punktów**

Wykonawca otrzyma punkty, jeżeli zaproponuje dodatkowe formy promocji dla każdego z artykułów w minimum 6 tytułach (po jednym tytule w każdym subregionie). Jeżeli wykonawca zaproponuje dodatkowe formy promocji w mniej niż 6 tytułach nie otrzyma dodatkowych punktów.

Wykonawca otrzyma punkty zgodnie ze wskazanymi przedziałami:

**Skala punktacji:**

0 pkt – brak dodatkowych form promocji publikacji

20 pkt – dodatkowe formy promocji w 6 tytułach (promocja 5 artykułów w 6 tytułach, czyli np. 30 postów na Facebooku)

40 pkt – dodatkowe formy promocji w 12 tytułach (promocja 5 artykułów w 12 tytułach, czyli np. 60 postów na Facebooku)

Część 2: zaplanowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| L.p. | Kryterium | Waga | Punkty |
| 1 | Cena | 60% | 60 |
| 2 | Efektywność - zasięg | 20% | 20 |
| 3 | Efektywność – publikacja banera | 20% | 20 |
|  | Razem: | 100% | 100 |

Przy dokonywaniu oceny zespół powołany do przeprowadzenia procedury posłuży się następującymi wzorami.

**Cena – maksymalnie 60 punktów**

Wartość punktowa ceny = [Cn:Cb x 60%] x 100 pkt, gdzie

Cn- najniższa cena ofertowa (brutto) spośród wszystkich ważnych ofert;

Cb- cena oferty ocenianej (brutto).

**Efektywność – maksymalnie 40 punktów**

Wartość punktowa efektywności E = Z+PB, gdzie

Z – suma punktów otrzymana za kryterium Zasięg

PB – suma punktów za kryterium Publikacja banera

E – suma punktów za Efektywność

**Zasięg – 20 pkt**

Przy dokonywaniu oceny zespół powołany do przeprowadzenia procedury posłuży się następującymi wzorami.

W kryterium będą podlegały ocenie następujące elementy:

Wartość zasięgu dla każdego posta promowanego na Facebooku. Liczba 10 000 to minimalna wartość zasięgu dla każdego z postów do osiągnięcia w ramach realizacji umowy. Zaoferowanie mniejszej liczby spowoduje odrzucenie oferty. Jeśli Wykonawca zadeklaruje w ofercie większą niż minimalna liczbę (dla każdego z 5 postów zadeklarowana wartość powinna być taka sama), otrzyma punkty zgodnie ze wskazanymi przedziałami:
Skala punktacji:

5 pkt – od 10 001 – 10 500 wartości zasięgu

10 pkt – od 10 501 – 11 000 wartości zasięgu

15 pkt – od 11 001 – 11 500 wartości zasięgu

20 pkt – powyżej 11 501 wartości zasięgu

**Publikacja banera – 20 pkt**

Przy dokonywaniu oceny zespół powołany do przeprowadzenia procedury posłuży się następującymi wzorami.

W kryterium będą podlegały ocenie następujące elementy:

Wykonawca zobowiązany jest do zamieszczenia banerów reklamowych na 42 portalach/ serwisach o tematyce ogólnej oraz portalach biznesowych, specjalistycznych, społecznościowych. Wykluczony jest wybór portali/ serwisów (także wchodzących w skład pakietów internetowych), zawierających treści niestosowne w odniesieniu do treści kampanii oraz wizerunku publicznego Zamawiającego.

Każdy z zaproponowanych przez Wykonawcę portali internetowych powinien być zarejestrowany w sądzie jako dziennik lub czasopismo. Baner publikowany będzie na 42 lokalnych portalach internetowych (po 1 portalu w każdym powiecie województwa mazowieckiego, 37 powiatów i 5 miast na prawach powiatu) tak, aby publikacja obejmowała całe województwo. Zakres tematyczny portali powinien obejmować:

- lokalne oraz regionalne informacje z miast/gmin województwa mazowieckiego, bieżące wydarzenia, informacje z zakresu kultury, sportu, rozrywki, polityki, samorządu, biznesu, gospodarki, ekonomii, oświaty, rynku pracy itp.,

- reportaże, artykuły, felietony, relacje itp.,

- fotoreportaże lub/i relacje wideo.

Baner reklamowy powinien być umieszczony centralnie w górnej części na głównych stronach serwisów (bez przewijania), co najmniej na 50% zaproponowanych portali.

Wartość 50% to minimalna liczba serwisów/stron, na których baner powinien zostać umieszczony centralnie na głównej stronie serwisu/portalu. Zaoferowanie mniejszej liczby spowoduje odrzucenie oferty. Jeśli Wykonawca zadeklaruje w ofercie większą niż minimalna liczbę, otrzyma punkty zgodnie ze wskazanymi przedziałami:

Skala punktacji:

5 pkt – od 51% – 55% portali z banerem umieszczonym centralnie na głównej stronie serwisu/portalu

10 pkt – od 56% – 60% portali z banerem umieszczonym centralnie na głównej stronie serwisu/portalu

15 pkt – od 61% – 65% portali z banerem umieszczonym centralnie na głównej stronie serwisu/portalu

20 pkt – powyżej 66% portali z banerem umieszczonym centralnie na głównej stronie serwisu/portalu

**Wymagania dla oferty**

Wykonawca wraz z ofertą musi przesłać wycenę całości usługi (netto i brutto), uwzględniając:

Część 1:

Podanie ceny za 2 artykuły sponsorowane w ramach PO WER

Podanie ceny za 3 artykuły sponsorowane w ramach RPO WM

Część 2:

Podanie ceny za realizację I etapu kampanii w ramach PO WER

Podanie ceny za realizację I etapu kampanii w ramach RPO WM

Podanie ceny za realizację II etapu kampanii w ramach PO WER

Podanie ceny za realizację II etapu kampanii w ramach RPO WM

Podanie ceny za realizację III etapu kampanii w ramach PO WER

Podanie ceny za realizację III etapu kampanii w ramach RPO WM

# Specyfikacja techniczna

Przedmiotem zamówienia jest zaplanowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej w prasie o zasięgu regionalnym, lokalnym oraz w Internecie, polegającej na promocji działań w ramach PO WER oraz RPO WM 2014-2020.

Kampania informacyjno – promocyjna będzie składała się z dwóch części:

1) Zamieszczeniu artykułów sponsorowanych w tygodniku/ach i/lub dwutygodniku/ach o zasięgu regionalnym, lokalnym, obejmujących swym zasięgiem konkretny region: Płocki, Warszawski, Radomski, Ostrołęcki, Siedlecki i Ciechanowski na obszarze województwa mazowieckiego.

2) Zaplanowaniu i przeprowadzeniu kampanii w Internecie w podziale na poszczególne etapy działania.

# Część 1 – Artykuły sponsorowane – ZADANIA WYKONAWCY:

Zadaniem Wykonawcy jest zamieszczenie artykułów sponsorowanych w tygodniku/ach i/lub dwutygodniku/ach o zasięgu regionalnym, lokalnym, obejmujących swym zasięgiem konkretny region: Płocki, Warszawski, Radomski, Ostrołęcki, Siedlecki i Ciechanowski na obszarze województwa mazowieckiego. Średni nakład dla każdego z dzienników ma wynosić min. 2000 egzemplarzy. Publikacje zostaną zamieszczone w sześciu wymienionych regionach, po dwa tytuły w każdym subregionie.

Wykonawca opublikuje:

1 artykuł z PO WER w 2 tygodnikach i/lub dwutygodnikach (w każdym subregionie) w sześciu subregionach (12 publikacji);

1 artykuł z PO WER w 2 tygodnikach i/lub dwutygodnikach (w każdym subregionie) w sześciu subregionach (12 publikacji);

1 artykuł z RPO WM w 2 tygodnikach i/lub dwutygodnikach (w każdym subregionie) w sześciu subregionach (12 publikacji);

1 artykuł z RPO WM w 2 tygodnikach i/lub dwutygodnikach (w każdym subregionie) w sześciu subregionach (12 publikacji);

1 artykuł z RPO WM w 2 tygodnikach i/lub dwutygodnikach (w każdym subregionie) w sześciu subregionach (12 publikacji).

W każdym subregionie Wykonawca musi wskazać po dwa tytuły (tygodnika/ów i/lub dwutygodnika/ów), w których zostaną opublikowane artykuły.

Artykuły powinny być umieszczone w wersji papierowej oraz na portalach internetowych dzienników. Treść artykułów zostanie przekazana Wykonawcy przez Zamawiającego.

Artykuły mają na celu przekazanie informacji na temat działań realizowanych przez WUP
w Warszawie, w tym efektów wdrażania projektów współfinansowanych ze środków europejskich. Celem jest dotarcie do społeczeństwa i wzmocnienie świadomości mieszkańców Mazowsza o inwestycjach zrealizowanych dzięki funduszom europejskim. Informacja powinna zostać przedstawiona w sposób atrakcyjny i zrozumiały dla odbiorcy oraz wskazywać na cele i korzyści z realizacji projektów.

**Termin wykonania zamówienia**: artykuły sponsorowane: 2 artykuły sponsorowane w ramach PO WER: do 30.11.2022 roku, 3 artykuły sponsorowane w ramach RPO WM: do 30.11.2022 roku.

# Artykuły sponsorowane **w ramach PO WER**

Zasięg:

Artykuły sponsorowane mają ukazać się w 12 płatnych lub bezpłatnych dwutygodnikach i/lub tygodnikach lokalnych dostępnych w subregionach: warszawskim, płockim, ostrołęckim, radomskim, siedleckim i ciechanowskim na terenie woj. Mazowieckiego (po dwa tytuły w jednym subregionie). Wymogi w zakresie publikatora:

- ukazuje się w formie drukowanej;

- posiada funkcję informacyjną;

- nie zalicza się do gazet o charakterze rozrywkowym, tabloidowym.

Wykonanie usługi: wg terminów ustalonych z Zamawiającym. Artykuł ma ukazać się na stronach ogłoszeniowych.

Ilość: 2 artykuły w każdym z 6-ściu subregionów, 1 emisja każdego artykułu, łącznie 24 publikacje. Wraz z publikacją artykułu zamieszczone zostaną odsyłacze do jego treści na pierwszej, okładkowej stronie tygodnika, w którym ukaże się artykuł, np. „Wsparcie dla młodych” – czytaj/patrz str. … - łącznie 24 odsyłaczy.

Format publikacji: 1/2 strony, CMYK kolor; tekst + elementy graficzne (logo);

Odbiorcami artykułów będą: mieszkańcy województwa mazowieckiego,
w szczególności osoby do 29. roku życia, kobiety i mężczyźni, osoby zamieszkujące obszary wiejskie.

# Artykuły sponsorowane w ramach RPO WM:

Zasięg:

Artykuły sponsorowane mają ukazać się w 12 płatnych lub bezpłatnych dwutygodnikach i/lub tygodnikach lokalnych dostępnych w subregionach: warszawskim, płockim, ostrołęckim, radomskim, siedleckim i ciechanowskim na terenie woj. mazowieckiego. Wymogi w zakresie publikatora:

- ukazuje się w formie drukowanej;

- posiada funkcję informacyjną;

- nie zalicza się do gazet o charakterze rozrywkowym, tabloidowym.

Wykonanie usługi: wg terminów ustalonych z Zamawiającym. Artykuły sponsorowane ma ukazać się na stronach ogłoszeniowych.

Ilość: 3 artykuły sponsorowane w każdym z 6-ściu subregionów, 1 emisja artykułu łącznie 36 publikacji. Wraz z publikacją artykułu zamieszczone zostaną odsyłacze do jego treści na pierwszej, okładkowej stronie tygodnika, w którym ukaże się artykuł, np. „Wsparcie dla rodziców” – czytaj/patrz str. … - łącznie 36 odsyłaczy.

Format publikacji: 1/2 strony, CMYK kolor; tekst + elementy graficzne (logo);

Odbiorcami artykułów będą: mieszkańcy województwa mazowieckiego, głównie opiekunowie dzieci do lat 3, kobiety i mężczyźni.

**Warunki zamówienia:**

Wykonawca przedstawi propozycje tytułów tygodników i/lub dwutygodników
w trakcie składania oferty.

Wykonawca będzie zobowiązany do samodzielnego występowania we własnym imieniu w stosunku do osób angażowanych w procesie publikacji artykułów, wykonujących prace i usługi w związku z publikacją artykułów i zaspokoić wszelkie ich należności i roszczenia z tego tytułu.
Wykonawca zobowiązuje się do przedstawienia Zamawiającemu harmonogramu emisji poszczególnych artykułów sponsorowanych w prasie i portalach internetowych dwutygodników lub tygodników o zasięgu lokalnym w porozumieniu z Zamawiającym w terminie do 7 dni od daty podpisania umowy. Zamawiający może w terminie najpóźniej 2 tygodni przed planowaną publikacją artykułu w prasie, nanieść zmiany do harmonogramu emisji, w przypadku nieprzewidzianych okoliczności, w porozumieniu z Wykonawcą.

Treść artykułów oraz logo będą dostarczone przez Zamawiającego w terminie, co najmniej 10 dni kalendarzowych przed planowaną publikacją.
Wykonawca przedstawi Zamawiającemu każdorazowo 3 propozycje opracowania graficznego artykułów do akceptacji w terminie 2 dni kalendarzowych od przekazanej treści artykułu przez Zamawiającego.

Wykonawca zobowiązany będzie do przedstawienia Zamawiającemu artykułu przygotowanego do druku na 3 dni przed jego publikacją, do akceptacji.

Wykonawca zaproponuje każdorazowo propozycję zajawki na pierwszą stronę.

Skład i łamanie artykułów sponsorowanych oraz zakup zdjęć i infografik leży po stronie Wykonawcy.

Wykonawca zobowiązuje się do dokonania korekty redakcyjnej artykułów.

Wykonawca zobowiązuje się opublikować artykuły zgodnie z zaakceptowanym przez Zamawiającego projektem i harmonogramem emisji.

Po stronie Wykonawcy leży zamówienie powierzchni prasowej w dwutygodniku lub tygodniku ustalonym z Zamawiającym, dostarczenie treści artykułów oraz zamieszczenie odsyłaczy do materiałów na pierwszych stronach gazet.

Wykonawca zamieści artykuły sponsorowane na głównej stronie portali internetowych dwutygodników lub tygodników o zasięgu lokalnym, a emisja będzie trwać 7 dni kalendarzowych od dnia pojawienia się artykułu w prasie.

Po zakończeniu publikacji artykułów Wykonawca zobowiązuje się do dostarczenia Zamawiającemu raportu z publikacji materiałów w formie drukowanej oraz raportu
z emisji na portalach internetowych (tj. daty wyświetleń, ilości wyświetleń, czasu trwania emisji, itp.) w terminie 5 dni roboczych od zakończenia publikacji materiałów.

Konkretne daty emisji artykułów sponsorowanych będą ustalone z Wykonawcą po podpisaniu umowy.

Po zrealizowaniu przedmiotu zamówienia Wykonawca zobowiązany jest do bezpłatnego przekazania po 1 egzemplarzu tytułu prasowego z dnia, w którym ukaże się artykuł w terminie 5 dni roboczych od zakończenia publikacji materiałów.

Treść artykułów musi być dostępna dla wszystkich osób, w tym również dostosowane do zidentyfikowanych potrzeb osób z niepełnosprawnościami m.in. poprzez stosowanie czytelnych, bezszyfrowych czcionek.

Wykonawca zobowiązuje się, że wykonując umowę nie naruszy praw majątkowych osób trzecich i przekaże Zamawiającemu utwory w stanie wolnym od obciążeń prawami osób trzecich, a w przypadku ich naruszenia ponosił będzie wyłączną odpowiedzialność względem tych osób.

Wykonawca zobowiązuje się do przestrzegania bezpieczeństwa i higieny pracy oraz ochrony zdrowia na etapie realizacji zamówienia.

Wykonawca jest odpowiedzialny względem Zamawiającego za wszelkie wady prawne utworów, a w szczególności za ewentualne roszczenia osób trzecich wynikające z naruszenia praw własności intelektualnej. W przypadku skierowania z tego tytułu roszczeń przeciwko Zamawiającemu, Wykonawca zobowiązuje się do całkowitego zaspokojenia roszczeń osób trzecich oraz do zwolnienia Zamawiającego z obowiązku świadczenia z tego tytułu, a także zwrotu Zamawiającemu poniesionych z tego tytułu kosztów i utraconych korzyści.

Wykonawca ponosi odpowiedzialność za błędy powstałe w treści artykułu, na koszt własny dokonuje sprostowań treści i zamieszczonego artykułu.

Wszystkie ogłoszenia muszą być minimalizowane tak, aby ich tekst był przejrzysty
i czytelny.

Wykonawca będzie zobowiązany do podpisania protokołu zdawczo-odbiorczego, stanowiącego potwierdzenie przez Zamawiającego poprawności wykonania zamówienia. Protokół zdawczo odbiorczy będzie podstawą do wystawienia faktury VAT.

Wykonawca zobowiązuje się do wystawienia 5 faktur/rachunków za:

Zakup powierzchni prasowej i emisji 1 artykułu sponsorowanego w sześciu subregionach w ramach PO WER,

Zakup powierzchni prasowej i emisji 1 artykułu sponsorowanego w sześciu subregionach w ramach PO WER,

Zakup powierzchni prasowej i emisji 1 artykułu sponsorowanego w sześciu subregionach w ramach RPO WM,

Zakup powierzchni prasowej i emisji 1 artykułu sponsorowanego w sześciu subregionach w ramach RPO WM,

Zakup powierzchni prasowej i emisji 1 artykułu sponsorowanego w sześciu subregionach w ramach RPO WM,

# Część 2 – Kampania w Internecie – ZADANIA WYKONAWCY

Zadaniem Wykonawcy jest zorganizowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie, zgodnie ze wskazówkami i założeniami Zamawiającego. Wykonawca zamieści reklamę graficzną i tekstową w Internecie, która będzie miała na celu: zwiększenie rozpoznawalności stron internetowych poświęconych programom operacyjnym, promocję animowanych filmów informacyjno-promocyjnych, promocję konkursu poświęconego tematyce funduszy unijnych oraz promocję działań bieżących Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Warszawie. Kampania ma zatem promować efekty działań wdrażanych przez WUP w Warszawie ze środków europejskich w ramach PO WER i RPO WM.

Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmian w zakresie tematycznym kampanii na etapie realizacji zmówienia.

**Działania w ramach kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie będą przebiegały w trzech etapach. W każdym etapie Wykonawca zobowiązuje się do wykonania następujących działań:**

# 1. Przygotowanie, produkcję i publikację materiału reklamowego na portalach internetowych za pośrednictwem sieci Google

Wykonawca wyprodukuje 3 banery graficzne (1 dla PO WER, 1 dla RPO WM, 1 wspólnie dla PO WER i RPO WM), które będą dostosowane rozmiarowo do miejsca publikacji tj. powinny być zgodne ze specyfikacją reklam publikowanych za pośrednictwem sieci Google.
W przypadku etapu pierwszego Zamawiający przekaże Wykonawcy 2 banery (1 baner
w ramach PO WER, 1 baner w ramach RPO WM), w gestii Wykonawcy będzie dostosowanie rozmiarowo banerów do miejsca publikacji.

Wykonawca zaproponuje 2 wzory/kreacje dla każdego z 3 banerów (różne grafiki i tekst, tzn. dwa wzory muszą się od siebie różnić pod względem wyglądu, formy, kolorystyki, wkładu tekstowego itp.). Baner ma wykorzystywać elementy graficzne (obrazki, animacje, zdjęcia, hasła). W przypadku uwag Zamawiającego, Wykonawca dokona zmian w projekcie baneru w ciągu 1 dnia roboczego od momentu przekazania uwag od Zamawiającego. Po akceptacji jednego ze wzorów przez Zamawiającego, Wykonawca ma obowiązek dostosować go do wszystkich dostępnych formatów reklam graficznych.

Głównym kryterium wyboru portali internetowych, na których będzie wyświetlany baner, winno być geotargetowanie skierowane na grupę odbiorców pochodzących z województwa mazowieckiego. Wszystkie banery ( 3 przygotowane przez Wykonawcę i 2 przesłane przez Zamawiającego, które Wykonawca ma za zadanie dostosować rozmiarowo do miejsca publikacji) powinny być wyświetlane na portalach i serwisach o tematyce ogólnej oraz portalach biznesowych, specjalistycznych, społecznościowych. Wykluczony jest wybór portali i serwisów (także wchodzących w skład pakietów internetowych), zawierających treści niestosowne w odniesieniu do treści kampanii oraz wizerunku publicznego Zamawiającego.

Każdy baner reklamowy powinien być umieszczony centralnie w górnej części na głównych stronach serwisów (bez przewijania) co najmniej na 50% zaproponowanych portali.

Jeżeli minimalna liczba wyświetleń nie zostanie osiągnięta w wyznaczonym czasie, Wykonawca wydłuży okres publikacji banerów, tak aby min. liczba wyświetleń została osiągnięta. Wydłużenie terminu kampanii nie wpłynie na jej cenę.

Wykonawca po zakończeniu realizacji kampanii opracuje dla Zamawiającego raport, w którym zawarte zostaną takie informacje jak: zrzuty ekranu/screeny przedstawiające banery zamieszczone na portalach internetowych, z których było najwięcej przekierowań, listę portali, na których materiał reklamowy był wyświetlany, ilość kliknięć, odsłon banneru na poszczególnych portalach. Wykonawca przekaże Zamawiającemu, w terminie do 3 dni kalendarzowych po zakończeniu realizacji zadania, raport w wersji elektronicznej.

Banery powinny być wyświetlane z uwzględnieniem targetowania geograficznego oraz targetowania dotyczącego zainteresowań odbiorców.

Obligatoryjne jest podlinkowanie banerów do strony internetowej wskazanej przez Zamawiającego.

**Odbiorcy komunikatu:**

Banery dotyczące PO WER: osoby młode do 30 roku życia, bezrobotne, pracujące na umowach cywilno-prawnych, agencje zatrudnienia, firmy i instytucje szkoleniowe z obszaru województwa mazowieckiego.

Banery dotyczące RPO WM: osoby po 30 roku życia, opiekunowie dzieci do lat 3, gminy, fundacje, stowarzyszenia, osoby prowadzące działalność opiekuńczą nad dziećmi do lat 3
z obszaru województwa mazowieckiego.

Czas trwania kampanii: w wyznaczonych przez Zamawiającego terminach każdorazowo 4 tygodnie.

Termin realizacji:

I etap (Zamawiający przekaże Wykonawcy 2 banery – 1 baner w ramach PO WER, 1 baner
w ramach RPO WM, w gestii Wykonawcy będzie dostosowanie rozmiarowo banerów do miejsca publikacji tj. powinny być zgodne ze specyfikacją reklam publikowanych za pośrednictwem sieci Google), do 2 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 31 sierpnia 2022r.,

II etap ( Wykonawca przygotuje 1 baner – wspólnie dla PO WER i RPO WM), do 5 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 30 września 2022 r.,

III etap (Wykonawca przygotuje 2 banery – 1 baner w ramach PO WER, 1 baner w ramach RPO WM) do 7 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 12 grudnia 2022 r.,

Dokładne terminy poszczególnych etapów Zamawiający określi po podpisaniu umowy.

**Minimalna liczba wyświetleń dla każdego baneru: 500 tys.**

**Minimalna liczba przekierowań: 2 000 dla każdego z pięciu banerów.**

# 2. Przygotowanie, produkcję i publikację materiału reklamowego – baneru na portalach internetowych

Wykonawca wyprodukuje 3 banery graficzne (1 dla PO WER, 1 dla RPO WM, 1 wspólnie dla PO WER i RPO WM, które będą dostosowane rozmiarowo do miejsca publikacji).
W przypadku etapu pierwszego Zamawiający przekaże Wykonawcy 2 banery (1 baner
w ramach PO WER, 1 baner w ramach RPO WM), w gestii Wykonawcy będzie dostosowanie rozmiarowo banerów do miejsca publikacji.

Wykonawca zaproponuje 2 wzory/kreacje dla każdego z trzech banerów (różne grafiki i tekst, tzn. trzy wzory muszą się od siebie różnić pod względem wyglądu, formy, kolorystyki, wkładu tekstowego itp.). Baner ma wykorzystywać elementy graficzne (obrazki, animacje, zdjęcia, hasła). W przypadku uwag Zamawiającego, Wykonawca dokona zmian w projekcie baneru w ciągu 1 dnia roboczego od momentu przekazania uwag od Zamawiającego. Po akceptacji jednego ze wzorów przez Zamawiającego, Wykonawca ma obowiązek dostosować go do formatów reklam graficznych zamieszczanych na danym portalu.

Wykonawca zaproponuje do akceptacji Zamawiającego 42 portali/ serwisów o tematyce ogólnej oraz portali biznesowych, specjalistycznych, społecznościowych, w których emitowane będą banery. Wykluczony jest wybór portali/ serwisów (także wchodzących
w skład pakietów internetowych), zawierających treści niestosowne w odniesieniu do treści kampanii oraz wizerunku publicznego Zamawiającego.

Każdy z zaproponowanych przez Wykonawcę portali internetowych powinien być zarejestrowany w sądzie, jako dziennik lub czasopismo. Baner publikowany będzie na 42 lokalnych portalach internetowych (po 1 portalu w każdym powiecie województwa mazowieckiego) tak, aby publikacja obejmowała całe województwo. Zakres tematyczny portali powinien obejmować:

• lokalne oraz regionalne informacje z miast/gmin województwa mazowieckiego, bieżące wydarzenia, informacje z zakresu kultury, sportu, rozrywki, polityki, samorządu, biznesu, gospodarki, ekonomii, oświaty, rynku pracy itp.,

• reportaże, artykuły, felietony, relacje itp.,

• fotoreportaże lub/i relacje wideo.

Baner reklamowy powinien być umieszczony centralnie w górnej części na głównych stronach serwisów (bez przewijania), co najmniej na 50% zaproponowanych portali.

**Jeżeli minimalna liczba wyświetleń nie zostanie osiągnięta w wyznaczonym czasie, Wykonawca wydłuży okres publikacji banerów, tak, aby min. liczba wyświetleń została osiągnięta. Wydłużenie terminu kampanii nie wpłynie na jej cenę.**

Wykonawca po zakończeniu realizacji kampanii opracuje dla Zamawiającego raport,
w którym zawarte zostaną takie informacje jak: zrzuty ekranu/screeny przedstawiające banery zamieszczone na portalach internetowych, z których było najwięcej przekierowań, listę portali, na których materiał reklamowy był wyświetlany, ilość kliknięć, odsłon banneru na poszczególnych portalach. Wykonawca przekaże Zamawiającemu, w terminie do 3 dni kalendarzowych po zakończeniu realizacji zadania, raport w wersji elektronicznej.

Banery powinny być wyświetlane z uwzględnieniem targetowania geograficznego oraz targetowania dotyczącego zainteresowań odbiorców.

Obligatoryjne jest podlinkowanie banerów do strony internetowej wskazanej przez Zamawiającego.

Odbiorcy komunikatu:
Baner dotyczący PO WER: osoby młode do 30 roku życia, bezrobotne, pracujące na umowach cywilno-prawnych, agencje zatrudnienia, firmy i instytucje szkoleniowe z obszaru województwa mazowieckiego.

Baner dotyczący RPO WM: osoby po 30 roku życia, opiekunowie dzieci do lat 3, gminy, fundacje, stowarzyszenia, osoby prowadzące działalność opiekuńczą nad dziećmi do lat 3
z obszaru województwa mazowieckiego.

Baner wspólny dla RPO WM i PO WER: osoby młode do 30 roku życia, bezrobotne, pracujące na umowach cywilno-prawnych, agencje zatrudnienia, firmy i instytucje szkoleniowe z obszaru województwa mazowieckiego; osoby po 30 roku życia, opiekunowie dzieci do lat 3, gminy, fundacje, stowarzyszenia, osoby prowadzące działalność opiekuńczą nad dziećmi do lat 3 z obszaru województwa mazowieckiego.

Czas trwania kampanii: w wyznaczonych przez Zamawiającego terminach każdorazowo 4 tygodnie.

Termin realizacji:

I etap (Zamawiający przekaże Wykonawcy 2 banery – 1 baner w ramach PO WER, 1 baner
w ramach RPO WM, w gestii Wykonawcy będzie dostosowanie rozmiarowo banerów do miejsca publikacji) do 2 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 31 sierpnia 2022 r.,

II etap (Wykonawca przygotuje 1 baner wspólny dla RPO WM i PO WER) 5 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 30 września 2022 r.,

III etap (Wykonawca przygotuje 2 banery – 1 baner w ramach PO WER, 1 baner w ramach RPO WM) do 7 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 12 grudnia 2022 r.,

**Minimalna liczba wyświetleń dla każdego baneru: 500 tys.**

**Minimalna liczba przekierowań: 2 000 dla każdego z pięciu banerów.**

# 3. Kampanię w wyszukiwarce Google – linki sponsorowane

Wykonawca przygotuje reklamę tekstową. Wykonawca zaproponuje 3 wzory dla każdej reklamy tekstowej (osobna reklama tekstowa dla każdego z trzech etapów) przekierowującej do strony internetowej rpo-wupwarszawa.praca.gov.pl oraz power-wupwarszawa.praca.gov.pl. Wykonawca we współpracy z Zamawiającymi utworzy listę słów kluczowych (osobna lista dla każdego z trzech etapów), które mogą zostać użyte do wyszukiwania informacji o działaniach WUP w Warszawie.

Czas trwania kampanii: w wyznaczonych przez Zamawiającego terminach każdorazowo 4 tygodnie

Odbiorcy komunikatu: ogół społeczeństwa.

Termin realizacji:

I etap - do 2 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 31 sierpnia 2022 r.,

II etap - do 5 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 30 września 2022 r.,

III etap – do 7 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 12 grudnia 2022 r.,

**Minimalna liczba przekierowań: 2000 dla każdej reklamy.**

# 4. Kampanię na Facebook’u – promocja postów

Wykonawca przygotuje i wypromuje 5 postów wybranych przez Zamawiającego dotyczących RPO WM (2), PO WER (2) oraz wspólny dla PO WER i RPO WM (1). Przy czym
w przypadku etapu pierwszego Wykonawca wypromuje opublikowane już 2 posty na profilu Zamawiającego. Ogólna liczba, (czyli 5) wypromowanych postów pozostaje niezmienna, jednakże Zamawiający zastrzega sobie prawo zmiany liczby postów promowanych w ramach PO WER lub RPO WM.

Kampania obejmować będzie promocję 5 postów oraz odpowiadanie na pojawiające się komentarze (w tym reagowanie na negatywne) i moderowanie dyskusji (w uzgodnieniu
z Zamawiającym).

Za publikację postów będzie odpowiadał Zamawiający.

Wykonawca przygotuje propozycje postów wraz z grafiką/animacją, dostosowanych do wymogów Facebooka oraz zgodnych z wytycznymi Zamawiającego zawierających m.in. tekst, zdjęcia, grafikę, infografiki, animacje. Treści/obrazy/zdjęcia/infografiki do profilu zapewnia Wykonawca (w tym zakup zdjęć). Posty będą przekierowywać do treści zamieszczanych na stronach internetowych wskazanych przez Zamawiającego.

Wykonawca przygotuje po dwie kreacje/projekty dla każdego posta do wyboru Zamawiającego.
W przypadku uwag Zamawiającego Wykonawca dokona zmian w projekcie posta w ciągu 1 dnia roboczego od momentu przekazania uwag od Zamawiającego. Wykonawca zaproponuje 2 różne wzory/kreacje dla każdego z postów, tzn. dwa wzory muszą się od siebie różnić pod względem wyglądu, formy, kolorystyki, wkładu tekstowego itp.

Efektem prowadzonych działań ma być osiągnięcie zasięgu (organicznego i opłaconego) na poziomie nie mniejszym niż 10 000 na post oraz interakcji (reakcji, komentarzy, udostępnień) na poziomie nie mniejszym niż 30 na post. Wykluczona jest usługa tzw. kupowania fanów. Zamawiający przyzna Wykonawcy odpowiednie uprawnienia profilu (Reklamodawca) do przeprowadzenia kampanii. Szczegółowa grupa docelowa kampanii określona zostanie na etapie realizacji zamówienia oraz będzie dostosowania do treści promowanych postów (do uzgodnienia z Zamawiającym).

Czas trwania kampanii: cztery tygodnie dla każdego posta.

Odbiorcy komunikatów: Dla każdego z postów Zamawiający wskaże grupę odbiorców.

Terminy realizacji:

I etap (Wykonawca przygotuje 1 post w ramach PO WER, 1 post w ramach RPO WM) do 2 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 31 sierpnia 2022 r.,

II etap (Wykonawca przygotuje 1 post wspólny w ramach PO WER i RPO WM) do 5 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 30 września 2022 r.,

III etap (Wykonawca przygotuje 1 post w ramach PO WER, 1 post w ramach RPO WM) do 7 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 12 grudnia 2022 r.

# 5. Kampanię na YouTube

Działania w zakresie promocji na kanale YouTube będą miały miejsce tylko w I etapie kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie:

Wykonawca zapewni promocję 2 filmów informacyjno-promocyjnych zamieszczonych
w serwisie YouTube na kanale (wyprodukowanych w ramach innych zamówień) – 1 film dotyczący projektów realizowanych w ramach RPO WM, 1 film dotyczący projektu realizowanego w ramach PO WER. Promocja ma być realizowana w sposób ciągły, zgodnie
z opracowanym i zaakceptowanym harmonogramem kampanii i ma być prowadzona za pomocą odpowiednich narzędzi przedstawionych przez Wykonawcę. Jeśli będą to narzędzia płatne, Wykonawca pokrywa koszty prowadzenia wszystkich działań promocyjnych. Efektem prowadzonych działań ma być zwiększenie liczby obejrzeń filmów w ramach realizacji kampanii z RPO WM o nie mniej niż 1 000, dla kampanii w ramach PO WER zwiększenie liczby obejrzeń o nie mniej niż 1 000. W wyniku kampanii zwiększy się liczba subskrypcji kanału na YouTube o 100 w ramach I etapu kampanii. Po zakończeniu miesiąca kampanii Wykonawca przekaże Zamawiającemu raport zawierający informację o osiągniętej liczbie obejrzeń dla każdego z promowanych filmów.

Geotargetowanie na województwo mazowieckie.

Odbiorcy:

1 film z RPO WM: osoby po 30 roku życia, opiekunowie dzieci do lat 3, gminy, fundacje, stowarzyszenia, osoby prowadzące działalność opiekuńczą nad dziećmi do lat 3 z obszaru województwa mazowieckiego.

1 film z PO WER: ogół społeczeństwa, osoby od 18 do 30 roku życia, pracujące, bezrobotne
z obszaru województwa mazowieckiego.

Forma reklamy:

– reklama TrueView Discovery (In Display).

– reklama TrueView In Stream: film reklamowy.

Wykonawca wypromuje filmy Zamawiającego zamieszczone na YouTube. Kanał Aktywni na Mazowszu WUP w Warszawie: https://www.youtube.com/channel/UCpIUzlTI5xHwEVwykd\_eykA.

Czas trwania kampanii: 4 tygodnie dla każdego z filmów.

Terminy realizacji: I etap (promocja 1 filmu w ramach PO WER, promocja 1 filmu w ramach RPO WM ) do 2 miesięcy od daty podpisania umowy, nie później niż do 31 sierpnia 2022 r.

# Zadania Wykonawcy na etapie realizacji umowy:

* 1. Wykonawca przekaże Zamawiającemu harmonogram realizacji do każdej części kampanii w ciągu 5 dni roboczych od momentu podpisania umowy.
	2. Wykonawca odpowiada za stworzenie oprawy graficznej kampanii, w tym wizualizacji reklam, oprawy graficznej elementów wykorzystywanych w kampanii. Wszystkie elementy muszą być spójne graficznie. Wykonawca odpowiada za atrakcyjność i przyciągający charakter, interesujący dla głównej grupy docelowej.
	3. Wyprodukowane materiały muszą uwzględniać odpowiednie wymagania
	z zakresu informacji i promocji dot. projektów współfinansowanych z funduszy europejskich. Obowiązkowo muszą zawierać informację o źródłach finansowania ze środków Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2014-2020 oraz logotyp Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2014-2020 oraz o źródłach finansowania ze środków Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój oraz logotyp Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój.
	4. Wszystkie materiały projektowane, produkowane i publikowane w ramach kampanii powinny być przygotowane zgodnie z „Wytycznymi w zakresie realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn w ramach funduszy unijnych na lata 2014-2020”: <http://www.funduszeeuropejskie.gov.pl/strony/ofunduszach/dokumenty/wytyczne-w-zakresie-realizacji-zasady-rownosci-szans-i-niedyskryminacji-oraz-zasady-rownosci-szans/>
	5. Treść banerów, reklam oraz postów musi być dostępna dla wszystkich osób,
	w tym również dostosowana do zidentyfikowanych potrzeb osób z niepełnosprawnością m.in. poprzez stosowanie czytelnych, bezszyfrowych czcionek.
	6. Wszystkie teksty użyte w reklamach i postach muszą być minimalizowane tak, aby ich tekst był przejrzysty i czytelny.
	7. Wykonawca jest zobowiązany do zapoznania się i stosowania „Wytycznych
	w zakresie realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn w ramach funduszy unijnych na lata 2014-2020”. W przypadku wejścia w życie innych wytycznych dotyczących standardów dostępności w trakcie trwania umowy, także do zapoznania się i stosowania nowych zasad.
	8. **Minimalne wymagania dotyczące poszczególnych materiałów**: Materiały graficzne – wymagane jest zamieszczanie tekstów alternatywnych przy wszystkich publikowanych zdjęciach i grafikach. Możliwe jest wykorzystanie technologii automatycznego tworzenia tekstu alternatywnego dostępnych w wybranych systemach lub ręcznego tworzenia opisów do zdjęć lub grafik. W projektach zalecane jest zastosowanie bezszeryfowych czcionek, odpowiedniego kontrastu oraz wielkości napisów.
	9. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu plan wykorzystania mediów w kampanii reklamowej z podaniem terminów.
	10. Logo będą dostarczone przez Zamawiającego, zakup zdjęć, infografik leży po stronie Wykonawcy.
	11. Wykonawca będzie zobowiązany do samodzielnego występowania we własnym imieniu w stosunku do osób angażowanych w procesie publikacji reklam, wykonujących prace i usługi w związku z publikacją reklam i zaspokoić wszelkie ich należności i roszczenia z tego tytułu.
	12. Wykonawca zobowiązuje się, że wykonując umowę nie naruszy praw majątkowych osób trzecich i przekaże Zamawiającemu utwory w stanie wolnym od obciążeń prawami osób trzecich, a w przypadku ich naruszenia ponosił będzie wyłączną odpowiedzialność względem tych osób.
	13. Wykonawca jest odpowiedzialny względem Zamawiającego za wszelkie wady prawne utworów, a w szczególności za ewentualne roszczenia osób trzecich wynikające z naruszenia praw własności intelektualnej. W przypadku skierowania z tego tytułu roszczeń przeciwko Zamawiającemu, Wykonawca zobowiązuje się do całkowitego zaspokojenia roszczeń osób trzecich oraz do zwolnienia Zamawiającego z obowiązku świadczenia z tego tytułu, a także zwrotu Zamawiającemu poniesionych z tego tytułu kosztów i utraconych korzyści.
	14. Wykonawca zobowiązuje się przestrzegania bezpieczeństwa i higieny pracy oraz ochrony zdrowia na etapie realizacji zamówienia.
	15. Wykonawca umieści na materiałach wymagane logotypy:

-znak Unii Europejskiej z Europejskim Funduszem Społecznym,

-znak Funduszy Europejskich,

- znak barw Rzeczpospolitej Polskiej

-logotyp WUP z podpisem Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie,

-logotyp Marki Mazowsze.
16. Logotypy Unii Europejskiej oraz Funduszy Europejskich zostaną zamieszczone zgodnie
z Księgą identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020.

17. Wykonawca będzie zobowiązany do przedstawiania Zamawiającemu tygodniowych
i całościowych raportów z realizowanej kampanii, zwierających liczbę przekierowań na strony wskazane przez Zamawiającego w ramach reklamy Google Adwords, Display
i YouTube.

18. Wykonawca będzie zobowiązany do podpisania protokołu odbioru, jako poświadczenie wykonania usługi. Do każdego etapu kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie. Protokół zdawczo-odbiorczy będzie podstawą do wystawienia każdorazowo faktury VAT.

19. Wykonawca będzie zobowiązany do wystawienia 6 faktur/rachunków za zrealizowanie:

• I etapu kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie w ramach PO WER,

• I etapu kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie w ramach RPO WM,

• II etapu kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie w ramach PO WER,

• II etapu kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie w ramach RPO WM,

• III etapu kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie w ramach PO WER,

• III etapu kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie w ramach RPO WM.