



Fundusze Europejskie  
dla Śląskiego



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



Województwo  
Śląskie

**Katowice, dnia 20 czerwca 2024 r.**

**TP/6/24**

Tytuł postępowania: **Usługa przygotowania i przeprowadzenia regionalnej kampanii internetowej**

Kontakt: <https://www.platformazakupowa.pl/transakcja/930936>

### **Wyjaśnienia i modyfikacja**

W związku z zapytaniami Wykonawcy wniesionymi w dniu 18.06.2024 r. na podstawie art. 284 ust. 2 Ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 1605 z późn. zm.), Zamawiający udziela odpowiedzi oraz na podstawie art. 286 ust 1. Ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 1605 z późn. zm.) Zamawiający modyfikuje SWZ .

#### **Pytanie 1:**

„Zamawiający napisał, że artykuły sponsorowane mają być publikowane na dwóch serwisach. Proszę o informacje jak mają być podzielone 6 artykułów po 3 na każdym serwisie czy jeszcze inaczej.”

#### **Odpowiedź:**

Zamawiający nie dookreślił sposobu rozłożenia artykułów między dwoma serwisami tj. nie wymaga by publikacja na obu serwisach była rozłożona równomiernie. Zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia „Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego, w terminie 5 dni roboczych od podpisania umowy, szczegółowy harmonogram publikacji oraz nazwy serwisów internetowych, na których będą publikowane artykuły”.

#### **Pytanie 2:**

„Zamawiający napisał w OPZ, że Wykonawcy mają pozyskać ekspertów od tematyki artykułów we własnym zakresie. Warto zauważyć, że przedmiotem tego postępowania jest realizacja kampanii promocyjnej a nie wiedza na temat jej przedmiotu. To Zamawiający powinien posiadać odpowiednią wiedzę na ten temat i przekazać ją

wykonawcy. Tyczy się to również propozycji ekspertów. Wykonawcy, którzy biorą udział w postępowaniu nie są specjalistami od FE SL i nie to jest przedmiotem tego postępowania. Wnioskujemy więc, o to aby Zamawiający zapewnił odpowiednie osoby jako ekspertów do realizacji tego zadania”

**Odpowiedź:**

Zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia „Zamawiający przekaze Wykonawcy **listę dobrych praktyk (tj. projektów, osób/firm/ekspertów)** do wykorzystania w artykułach. Pozyskanie do współpracy konkretnych realizatorów projektów/firm/osób/ekspertów z listy leży po stronie Wykonawcy; po stronie Wykonawcy jest również pozyskanie eksperta/ekspertów do ewentualnego wywiadu (w zależności od szczegółowej koncepcji). Wykonawca przedstawi propozycję ekspertów do akceptacji Zamawiającego”. Ponadto „Zamawiający przekaze Wykonawcy w terminie 5 dni roboczych od podpisania umowy materiały źródłowe: wzory logotypów, **materiały merytoryczne na temat działań Funduszy Europejskich** wdrażanych przez Zamawiającego”.

Zatem Wykonawca przygotowując artykuły korzysta z listy ekspertów oraz materiałów merytorycznych przekazanych przez Zamawiającego. Może także oczywiście zaproponować osobę spoza listy w zależności od szczegółowej koncepcji (np. specjalista z firmy HR, przedstawiciel organizacji pracodawców itp.). Na tej podstawie do Wykonawcy należy opracowanie koncepcji i treści artykułów. Oczywiście Zamawiający deklaruje w praktyce pełną współpracę w zakresie koncepcji publikacji, doboru tematów czy ekspertów. Na Wykonawcy ciąży obowiązek pozyskania na potrzeby artykułów wypowiedzi osób z listy (realizatorów projektów/firm/osób/ekspertów ), czyli wykonanie pracy dziennikarskiej (nawiązanie kontaktu, pozyskanie wypowiedzi, jej autoryzacja). Należy podkreślić, że Zamawiający wśród personelu wymaganego do realizacji zamówienia wykazał „dziennikarza” tj. co najmniej 1 osobę, która powinna posiadać doświadczenie w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert w tworzeniu artykułów przeznaczonych do publikacji w Internecie, tj. stworzyła w okresie ostatnich trzech lat przed upływem składania ofert min. 3 artykuły, które zostały opublikowane w Internecie.

**Pytanie 3:**

„Zamawiający napisał w OPZ, że cała kampania ma trwać 6 tygodni. Jednocześnie w części dotyczącej kampanii na FB Zamawiający napisał, że efekty kampanii na FB powinny być osiągnięte w przeciągu min. 6 miesięcy. Prosimy o doprecyzowanie przez jaki czas Wykonawca ma prowadzić kampanię na FB i w jakim okresie czasu mają być osiągnięte opisane w OPZ wskaźniki”.

**Odpowiedź:**

Zamawiający wymaga by kampania była realizowana min. 6 tygodni (jest to minimalny czas emisji materiałów opracowanych w ramach kampanii), co oznacza że **kampania może trwać dłużej**. Ponadto w przypadku płatnych działań reklamowych w social mediach opisanych w pkt 12.3 opisu przedmiotu zamówienia „łączne wymagane efekty powinny zostać osiągnięte **maksymalnie** do 5 miesięcy od podpisania umowy” ) – zgodnie z aktualną modyfikacją SWZ. Zatem zapisy wskazują okres maksymalny a nie minimalny. Zakłada się zlecenie na bieżąco przez Zamawiającego wykonania kolejnych reklam w zależności od aktualnych potrzeb informacyjno-promocyjnych (związanych np. z uruchomieniem konkretnych projektów) w okresie od podpisania umowy maksymalnie do 5 miesięcy.

**Pytanie 4:**

„Prosimy o doprecyzowanie co będzie przedmiotem poszczególnych filmów animowanych video”.

**Odpowiedź:**

Zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia mają to być firmy „promujące Fundusze Europejskie w regionie i zachęcające do skorzystania z możliwości wsparcia z Funduszy Europejskich (np. dotacji, szkoleń). Filmy będą pokazywały jak krok po kroku ubiegać się o wsparcie”. Ponadto przedmiot kampanii został określony w poz. I pkt. 1 opisu przedmiotu zamówienia.

**Pytanie 5:**

„Zamawiający napisał w OPZ, że kampania ma trwać min 6 tygodni ( 1,5 miesiąca ) przy czym napisał, że termin wykonania usługi do 6 miesięcy. Wnioskujemy o precyzyjne określenie ile ma trwać cała kampania. ( wszystkich narzędzi przewidzianych w

kampanii). Jest to istotne w związku z tym, że Zamawiający przewidział rozliczenie zamówienia jednorazowe po zakończeniu kampanii. Zwracamy jednak uwagę Zamawiającemu, że zgodnie z przepisami o Ustawie VAT Wykonawca ma obowiązek wystawić fakturę do 15 następnego miesiąca po miesiącu realizacji usługi lub dostawy towaru. W związku z tym Wykonawcy nie mają możliwości realizacji kampanii przez wiele miesięcy bez wystawiania dokumentów finansowych w postaci faktury. Zamawiający planując to zamówienie powinien wziąć pod uwagę przepisy prawne obowiązujące wykonawców zamówienia. Jeśli więc Zamawiający oczekuje od wykonawcy realizacji usługi kampanii przez okres kilku miesięcy to, winien przewidzieć płatność w transzach za kolejno realizowane działania. Jednocześnie zgodnie z Ustawą o przeciwdziałaniu nadmiernym opóźnieniom w transakcjach handlowych podmiot publiczny musi dokonać płatności w ciągu 30 dni od dnia otrzymania faktury. Biorąc zatem pod uwagę istniejące przepisy nie jest możliwe zgodne z prawem dokonanie przez Państwa płatności 30 dni po zrealizowaniu całego zamówienia, jeśli pierwszą fakturę - zgodnie z przepisami - otrzymają Państwo np. 1 dnia miesiąca następującego po pierwszym miesiącu w którym zrealizowano część usługi. Zgodnie z określonymi przez Państwa warunkami zamówienia przepisy odpowiedniej Ustawy musi złamać albo Wykonawca (nie wystawiając faktury zgodnie z przepisami za usługi wykonane w danym miesiącu), albo Państwo (nie płacąc w określonym terminie 30 dni). Warunki określone przez Państwa w SWZ/OPZ wpływają zatem na wynik postępowania - ofertę mogą otrzymać Państwo wyłącznie od Wykonawcy, który akceptuje niezgodne z prawem fakturowanie określonej przez Państwa usługi. Jednocześnie Krajowa Izba Odwoławcza przy Prezesie Urzędu Zamówień Publicznych w wyroku z dnia 12 czerwca 2015 r., sygn. akt: KIO 1127/15 (LEX nr 1805929), stwierdziła, że: „SIWZ jest oświadczeniem zamawiającego o charakterze cywilnoprawnym, zatem postanowienie SIWZ sprzeczne z przepisem o charakterze bezwzględnie obowiązującym nie może być prawnie skuteczne, gdyż jest dotknięte sankcją nieważności (art. 58 § 1 in initio k.c. w zw. z art. 14 p.z.p.).” Wynika z powyższego, że postanowienia SIWZ sprzeczne z przepisami bezwzględnie obowiązującymi, są nieważne. W konsekwencji czego wykonawca nie może brać ich pod uwagę przy sporządzaniu swojej oferty. W związku z tym wnioskujemy, aby Państwo dokonali zmiany postanowień SWZ aby były zgodne z przepisami prawa powszechnie obowiązującego”.

## **Odpowiedź :**

W odpowiedzi na przesłane zapytanie informuję, że Zamawiający wymaga by kampania była realizowana **min. 6 tygodni** (jest to minimalny czas emisji materiałów opracowanych w ramach kampanii), co oznacza że **kampania może trwać dłużej**.

Jednocześnie zgodnie z SWZ okres realizacji całego zamówienia to maksymalnie 5 miesięcy. Na okres realizacji zamówienia składa się czas opracowania i przygotowania materiałów do emisji (artykułów, filmów, reklam na serwisach i w mediach społecznościowych) oraz okres emisji wypracowanych materiałów. Ponadto zgodnie z pkt 7 opisu przedmiotu zamówienia **„Szczegółowy harmonogram działań i konkretny czas ich trwania w ramach kampanii zostanie ustalony między Wykonawcą a Zamawiającym w terminie 5 dni roboczych od podpisania umowy”**. Na bazie doświadczeń Zamawiającego wyznaczono terminy opracowania materiałów przeznaczonych do emisji na około 2 miesiące. Po tym okresie następuje czas emisji materiałów i wypracowywania wskaźników – zazwyczaj zajmuje to około 2 miesiące. Zatem realnie realizacja całej umowy to około 4-5 miesięcy.

Zamawiający dokona jednorazowej płatności za wykonanie całości przedmiotu zamówienia i nie widzi potrzeby płatności w transzach zwłaszcza, że zakłada się zgodnie z pkt 8 opisu przedmiotu zamówienia iż „komunikaty w poszczególnych mediach powinny się wzajemnie uzupełniać i wspierać, tak aby dawały efekt synergii”. Zatem emisja różnych materiałów będzie realizowana nie etapami (np. najpierw artykuły, potem filmy), a w dużej mierze jednocześnie zgodnie z zatwierdzonym szczegółowym harmonogramem kampanii np. jednocześnie będą emitowane wybrane artykuły, filmy czy reklamy, docierając wielokanałowo do odbiorcy, co nie oznacza, że emisja wszystkich materiałów z każdego rodzaju przewidzianego w ramach kampanii ma się odbyć w tym samym czasie. Celem kampanii jest optymalne rozłożenie w czasie emisji poszczególnych rodzajów materiałów.

Ponadto, zgodnie z pkt 12.3 opisu przedmiotu zamówienia płatne działania reklamowe w social mediach „działania będą realizowane na bieżąco w okresie od podpisania umowy maksymalnie do 5 miesięcy”. Reklamy będą publikowane sukcesywnie na zlecenie Zamawiającego, niemniej stanowią integralną część działań podejmowanych w

ramach kampanii. Nie przewiduje się płatności w transzach np. za pojedyncze zrealizowane reklamy w mediach społecznościowych.

Zgodnie z przytoczoną ustawą o podatku od towarów i usług, należy się zgodzić, że przedsiębiorca ma obowiązek wystawić fakturę do 15. dnia miesiąca następującego po miesiącu, w którym dokonano sprzedaży towaru lub usługi. W przypadku niniejszego zamówienia Zamawiający nie przewiduje płatności za wykonanie części zamówienia (np. po pierwszym miesiącu, w którym wykonano część zadań w ramach umowy), a dopiero na zakończenie realizacji usługi, która jest traktowana jako kompleksowa całość. Podsumowując, dla Zamawiającego usługa realizacji kampanii internetowej jest wykonana w momencie, kiedy wszystkie jej elementy (w tym wymagane wskaźniki) zostaną zrealizowane i potwierdzone raportem końcowym. Dopiero zaakceptowanie przez Zamawiającego raportu końcowego jest podstawą do wystawienia dokumentu sprzedaży – faktury. Jednocześnie Zamawiający wymaga, by potencjalny wykonawca posiadał odpowiedni potencjał, by podjąć się realizacji usługi, której wykonanie będzie trwało kilka miesięcy. Wymóg ten jest odzwierciedlony w warunkach udziału w postępowaniu.

Zamawiający wyjaśnia jednocześnie, że na podstawie art. 443 ust. 1 ustawy Pzp zobligowany jest do płatności wynagrodzenia w częściach jedynie w przypadku umów zawieranych na okres dłuższy niż 12 miesięcy.

W następstwie wniesionych pytań Zamawiający modyfikuje SWZ w następujący sposób:

a) **Rozdział IX ust. 1 SWZ, który otrzymuje brzmienie:**

1. Wykonawca jest związany ofertą od dnia upływu terminu składania ofert do dnia **24 lipca 2024 r.**

b) **Rozdział XII ust. 1 SWZ, który otrzymuje brzmienie:**

1. Ofertę wraz z wymaganymi dokumentami należy złożyć za pośrednictwem [platformy zakupowej](https://www.platformazakupowa.pl) (platformazakupowa.pl) w myśl ustawy Pzp na [stronie internetowej prowadzonego postępowania](https://www.platformazakupowa.pl/transakcja/930936) (https://www.platformazakupowa.pl/transakcja/930936) do dnia: **25 czerwca 2024 r. do godz. 10:00**

c) **Rozdział XIII ust. 1 SWZ, który otrzymuje brzmienie:**

1. Otwarcie ofert następuje niezwłocznie po upływie terminu składania ofert, tj.  
**25 czerwca 2024 r. o godz. 10:05.**

d) **Rozdział XXIII Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia w pkt. 12.3:**

- **zdanie** „Działania będą realizowane na bieżąco w okresie od podpisania umowy maksymalnie do 6 miesięcy i będą obejmować następujące elementy”

**otrzymuje brzmienie:** „Działania będą realizowane na bieżąco w okresie od podpisania umowy maksymalnie do 5 miesięcy i będą obejmować następujące elementy” oraz

- **zdanie** „Łączne wymagane efekty powinny zostać osiągnięte maksymalnie do 6 miesięcy od podpisania umowy”

**otrzymuje brzmienie:** „Łączne wymagane efekty powinny zostać osiągnięte maksymalnie do 5 miesięcy od podpisania umowy”

Zmodyfikowany Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia w załączeniu.

Pozostałe zapisy Specyfikacji Warunków Zamówienia z dnia 14 czerwca 2024 r. pozostają bez zmian.

Z up. Dyrektora

Wojewódzkiego Urzędu Pracy

w Katowicach

/-/ Damian Łukasik

Wicedyrektor



Fundusze Europejskie  
dla Śląskiego



Rzeczpospolita  
Polska

Dofinansowane przez  
Unię Europejską



Województwo  
Śląskie

## **Rozdział XXIII: Szczegółowy Opis przedmiotu zamówienia – zmieniony**

**Usługa przygotowania i przeprowadzenia regionalnej kampanii internetowej informującej o założeniach i możliwościach wsparcia w ramach programu Fundusze Europejskie dla Śląskiego 2021-2027 (FE SL) w zakresie działań wdrażanych przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach.**

### **I. Prezentacja przedmiotu kampanii**

**Przedmiotem kampanii jest:**

**1. Promocja założeń i możliwości wsparcia w ramach programu Fundusze Europejskie dla Śląskiego 2021-2027 (FE SL) w obszarach:**

- **1.1 Aktywizacja zawodowa**
- **1.2 Wsparcie na założenie działalności gospodarczej**
- **1.3 Wsparcie dla przedsiębiorców – usługi rozwojowe i proinnowacyjne**
- **1.4 Kształcenie osób dorosłych**
- **1.5 Integracja społeczno-gospodarcza cudzoziemców**
- **1.6 Wsparcie dla społeczności lokalnej**

Decyzja o ostatecznej szczegółowej tematyce materiałów w ramach kampanii zostanie podjęta po podpisaniu umowy z Wykonawcą, na etapie opracowywania materiałów, w zależności od bieżących potrzeb informacyjnych i dostępności projektów. Nie wpłynie to natomiast na zakres przedmiotu kampanii wynikający z poniższego opisu przedmiotu zamówienia (ilość materiałów, które Wykonawca musi opracować, takich jak artykuły, filmy wideo, reklamy itp.).

### **2. Zadania dla Wykonawcy:**

**2.1 Stworzenie materiałów na potrzeby kampanii**



**2.2** Zaplanowanie i zakup mediów

**2.3** Realizacja kampanii

**2.4** Opracowanie raportu pokampanijnego.

### **3. Grupa docelowa kampanii:**

Mieszkańcy woj. śląskiego, opinia publiczna – potencjalni uczestnicy projektów (osoby poszukujące zatrudnienia, możliwości kształcenia, w tym imigranci, mieszkańcy obszarów wiejskich, miejsko-wiejskich, młode osoby w wieku do 29 lat).

Przedsiębiorcy z woj. śląskiego i ich pracownicy.

Potencjalni beneficjenci.

**4. Grupa docelowa mediowa:** targetowanie na obszar woj. śląskiego, demograficzne (wiek), behawioralne i po zainteresowaniach (np. osoby zainteresowane ofertami pracy, szkoleniami, rozwojem zawodowym, tematyką biznesową i gospodarczą, zakładaniem własnej firmy, wsparciem Funduszy Europejskich itp.), najbardziej precyzyjnie – na ile to możliwe, w zależności od narzędzia/kanału w ramach kampanii, z wykorzystaniem ww. informacji na temat grupy docelowej programowej, obszarów wsparcia i celów kampanii. Szczegółowe informacje na temat stosowanego targetowania Wykonawca dostarczy Zamawiającemu na etapie realizacji kampanii.

### **5. Zasięg kampanii:**

Kampania o zasięgu regionalnym – na obszarze województwa śląskiego.

### **6. Cele kampanii:**

#### **6.1 Cele główne:**

- promocja marki Fundusze Europejskie (FE),
- zachęta do korzystania z programu Fundusze Europejskie dla Śląskiego 2021-2027,
- edukacja i informowanie o możliwościach wsparcia w ramach perspektywy 2021-2027 oraz zachęta do udziału w projektach – w zakresie działań WUP w Katowicach,

- edukacja i informowanie na temat celów Funduszu Sprawiedliwej Transformacji oraz wyzwań dla regionu w kontekście transformacji woj. śląskiego – w zakresie działań WUP w Katowicach,
- promocja serwisów: <https://funduszeue.slaskie.pl/> i <https://wybierz-zawod.eu/> oraz zwiększenie liczby odwiedzin.

#### **6.2 Cele dodatkowe:**

- popularyzacja idei kształcenia ustawicznego i potrzeby rozwoju zawodowego,
- popularyzacja idei aktywnego poszukiwania pracy,
- popularyzacja potencjału regionalnego rynku pracy oraz tematyki transformacji regionu,
- popularyzacja idei samozatrudnienia i przedsiębiorczości.

#### **7. Termin kampanii:**

Kampania będzie realizowana **min. 6 tygodni**. Szczegółowy harmonogram działań i konkretny czas ich trwania w ramach kampanii zostanie ustalony między Wykonawcą a Zamawiającym w terminie 5 dni roboczych od podpisania umowy. Szczegółowy harmonogram może ulec zmianie - za zgodą Zamawiającego - ze względu np. na konieczność dostosowania emisji do terminów naborów do projektów czy dostępność osób zaangażowanych do działań promocyjnych.

Termin dostarczenia raportu końcowego z kampanii: najpóźniej do **5 dni roboczych od zakończenia emisji**.

**Termin realizacji usługi:** do 5 miesięcy od podpisania umowy.

#### **8. Spójność:**

**Wykonawca zobowiązany jest w ramach realizacji umowy do zachowania spójnej koncepcji kreatywnej dla zaplanowanych w ramach kampanii działań.** Komunikaty w poszczególnych mediach powinny się wzajemnie uzupełniać i wspierać, tak aby dawały efekt synergii.

#### **9. Elementy obowiązkowe:**

Wszystkie produkty kampanii muszą zostać odpowiednio oznakowane, zgodnie z „Księgą Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie 2021–2027” (muszą zawierać min. zestawy logotypów oraz być zgodne z ustaloną linią graficzną). Wzory obowiązujących logotypów Zamawiający przekaze Wykonawcy w terminie do 5 dni roboczych od podpisania umowy.

Przedmiot zamówienia zostanie wykonany zgodnie z ustawą z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych (Dz.U. z 2019 roku poz. 848), w tym z wszystkimi Wytycznymi dla dostępności treści internetowych zawartymi w załączniku do tej ustawy.

#### **10. Prawa autorskie:**

Zamawiający dopuszcza wykorzystanie zdjęć, grafik z banku. Wszystkie teksty powinny być natomiast autorskie, stworzone specjalnie na potrzeby tej kampanii.

Wykonawca oświadcza, że przysługują mu wyłączne prawa autorskie do utworów powstałych w związku z wykonywaniem umowy.

Wykonawca wraz z podpisaniem umowy, zobowiązuje się do przeniesienia na Zamawiającego na zasadzie wyłączności bez ograniczeń terytorialnych, czasowych i ilościowych całość autorskich praw majątkowych do wszystkich materiałów wytworzonych w ramach umowy w nieograniczonej ilości, z prawem dalszego rozporządzenia, udzielania licencji oraz zezwoleń na udzielanie sublicencji na wszystkich polach eksploatacji, o których mowa w art. 50 pkt. 1, 2 i 3 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (z wyłączeniem zdjęć pozyskanych z banków zdjęć na zasadach wykluczających przekazanie praw autorskich).

Wykonawca we własnym zakresie zapewni zgody na ewentualne wykorzystanie wizerunku bohaterów kampanii (np. artykułów sponsorowanych) oraz autoryzację ich wypowiedzi/wywiadów.

#### **11. Narzędzia kampanii:**

**11.1** Content marketing – artykuły sponsorowane.

**11.2** Reklama display.

**11.3** Płatne działania reklamowe w social mediach wraz z projektowaniem graficznym i zakupem subskrypcji do internetowego narzędzia umożliwiającego Zamawiającemu samodzielne tworzenie projektów graficznych on-line wraz z dostępem do banku zdjęć.

**11.4** Produkcja i reklama wideo.

Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania reklam w formatach dostosowanych do urządzeń mobilnych oraz zaplanowania i zrealizowania **min. 50%** działań w kanale mobile.

## **12. Szczegółowe założenia realizacji działań:**

### **12.1 Content marketing:**

- **Opracowanie treści i publikacja 6 artykułów promujących FE SL pokazujących zasady działania i możliwości wsparcia Funduszy Europejskich w regionie i zachęcających do udziału w projektach.**
- Koncepcja: artykuły głównie w formie poradnikowej nt. jak skorzystać ze wsparcia FE, na co i jak pozyskać dofinansowanie; dopuszcza się również formę wywiadu z ekspertem. Artykuły powinny być urozmaicone infografikami (np. przedstawiającymi procedurę ubiegania się o wsparcie) i/lub wypowiedziami osób, które skorzystały z FE lub ekspertów. Koncepcja artykułów zakłada edukację w zakresie możliwości wsparcia z Funduszy Europejskich w perspektywie 2021-2027 w obszarze rynku pracy i kształcenia ustawicznego, planowanych naborów i zasad aplikowania o środki funduszy unijnych, pozyskanego dofinansowania dla regionu. Celem publikacji jest zachęta do korzystania z Funduszy Europejskich oraz promocja marki FE.
- Artykuły o długości min. 4000 max. 5000 znaków ze spacjami każdy;
- Publikacja na co najmniej dwóch serwisach/portałach publicystyczno-informacyjnych regionalnych lub ogólnopolskich (z zachowaniem targetowania na woj. śląskie), należących do Wydawców, których liczba użytkowników (real users) wynosi łącznie minimum 16 mln (na podstawie zestawienia „TOP 20 Internet – Media owners” w ramach badania Mediapanel za marzec 2024), w działach tematycznie dopasowanych

do treści artykułów (np. wiadomości, biznes, finanse, praca, edukacja, rozwój zawodowy i osobisty itp.);

- Zamawiający przekaze Wykonawcy listę dobrych praktyk (tj. projektów, osób/firm/ekspertów) do wykorzystania w artykułach. Pozyskanie do współpracy konkretnych realizatorów projektów/firm/osób/ekspertów z listy leży po stronie Wykonawcy; po stronie Wykonawcy jest również pozyskanie eksperta/ekspertów do ewentualnego wywiadu (w zależności od szczegółowej koncepcji). Wykonawca przedstawi propozycję ekspertów do akceptacji Zamawiającego.
- Do zadań Wykonawcy należy oprawa graficzna (w tym zdjęcia i/lub grafiki) i przygotowanie artykułów tak, by spełniały wymagania właścicieli portali/serwisów. Zamawiający wymaga, by artykuły były stworzone z dbałością o formę i różnorodność środków wyrazu. Teksty mają być uzupełnione ciekawymi zdjęciami, infografikami czy informacjami przedstawionymi w wyróżniający się sposób, by przykuć uwagę czytelnika i zadbać o prostotę przekazu;
- Po stronie Wykonawcy leży zebranie i autoryzacja wszelkich wypowiedzi, wykorzystanych na potrzeby artykułów;

#### **Harmonogram działań:**

- Zamawiający przekaze Wykonawcy w terminie 5 dni roboczych od podpisania umowy materiały źródłowe: wzory logotypów, materiały merytoryczne na temat działań Funduszy Europejskich wdrażanych przez Zamawiającego (np. dane statystyczne, finansowe), listę tzw. dobrych praktyk (np. dane firm, osób, które skorzystały z FE oraz beneficjentów).
- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego, w terminie 5 dni roboczych od podpisania umowy, szczegółowy harmonogram publikacji oraz nazwy serwisów internetowych, na których będą publikowane artykuły;
- Wykonawca będzie przekazywał sukcesywnie do akceptacji Zamawiającego opracowane merytorycznie artykuły. Po akceptacji treści, każdy artykuł zostanie opracowany graficznie i przekazany do akceptacji Zamawiającego;
- Zamawiający na każdym etapie prac akceptuje lub nanosi poprawki przekazanych materiałów w terminie **2 dni roboczych**;

- Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie **2 dni roboczych** od dnia ich przekazania;
- Zamawiający zastrzega możliwość wydłużenia powyżej 2 dni roboczych ostatecznej akceptacji materiałów;
- Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że artykuły zostaną przygotowane do publikacji i ostatecznie zaakceptowane w terminie do **40 dni roboczych** od podpisania umowy.

Artykuły mogą być emitowane w serwisach internetowych jednocześnie.

**Wymagane wskaźniki: każdy z 6 artykułów** powinien mieć **min. 5 000 unikalnych użytkowników**. W celu osiągnięcia wskaźników Wykonawca powinien założyć **autopromocję** artykułów w obrębie serwisów, na których będą publikowane artykuły. Ewentualne zmiany terminów mogą nastąpić wyłącznie za zgodą Zamawiającego i muszą wynikać z przyczyn obiektywnych (np. problemy techniczne na portalach, niezależne po stronie Wykonawcy). Ewentualne zmiany terminów nie mogą wpływać na ostateczny termin realizacji usługi i osiągnięcie wskaźników.

## **12.2 Kampania display (banerowa)**

- Wykonawca zrealizuje kampanię banerową na co najmniej trzech ogólnopolskich lub regionalnych serwisach/portalach publicystyczno-informacyjnych lub biznesowych (targetowanie na woj. śląskie), należących do wydawcy, którego liczba użytkowników (real users) wynosi łącznie minimum 16 mln (na podstawie zestawienia „TOP 20 Internet –Media owners” w ramach badania Mediapanel za marzec 2024).
- Banery dynamiczne wykonane w technologii HTML5.
- Formaty banerów:
  - **mobile** – min. 1 dowolny format,
  - **desktop** – wymagane formaty: double billboard 750x200 px oraz screening (połączenie reklamy typu billboard z tapetą),
- Zastosowanie wszystkich trzech formatów jest obowiązkowe (tj. min. jeden format dostosowany do mobile oraz dwa formaty desktop: double billboard i screening);
- Ciężar i wymiary wszystkich formatów banerów dostosowane do wymagań wydawcy;

- Kliknięcie na dany baner będzie powodowało przekierowanie na wybraną zakładkę serwisu <https://funduszeue.slaskie.pl/> oraz stronę [wybierz-zawod.eu](http://wybierz-zawod.eu);
- Banery będą promowały obszary wsparcia w ramach FE SL, wymienione w **części I opisu przedmiotu zamówienia**. Ostateczny dobór tematów reklam zostanie dokonany na etapie pracy nad treściami reklam, w zależności od bieżących potrzeb informacyjnych.
- Wykonawca opracuje **8 projektów reklam banerów** (treść oraz grafika/zdjęcie) promujących poszczególne obszary wsparcia, dostosowanych do wszystkich 3 wymaganych formatów (dany obszar wsparcia musi być promowany w minimum jednym formacie mobile i formatach desktop, tj. double billboard oraz screening). Na etapie realizacji umowy Zamawiający zastrzega sobie prawo do podjęcia ostatecznej decyzji o tym, jakie obszary wsparcia będą promowane, przy czym nie wpłynie to na zakres pracy (ilość projektów reklam) Wykonawcy.
- Po stronie Wykonawcy leży koszt wykonania projektów graficznych, w tym pozyskania zdjęć i/lub grafik.

**Wymagany wskaźnik:** vCPM (viewable cost per mille) za liczbę odsłon.

- **Minimalny wskaźnik odsłon** w ramach każdego z 8 tematów: 120 000 odsłon
- **Maksymalny wskaźnik odsłon** w ramach każdego z 8 tematów: 240 000 odsłon
- **Minimalny wskaźnik odsłon** w ramach całej kampanii: 960 000 odsłon
- **Maksymalny wskaźnik odsłon** w ramach całej kampanii: 1 920 000 odsłon
- Wykonawca zaproponuje **minimalny wskaźnik odsłon** w ofercie.
- Wykonawca zapewni **minimum 20% odsłon na desktopie w formacie screening**;
- Minimum 50% reklam zostanie przeprowadzonych w kanale mobile.

**Harmonogram:**

- Zamawiający przekaże Wykonawcy linki do właściwej zakładki/zakładek serwisu <https://funduszeue.slaskie.pl/> oraz strony [wybierz-zawod.eu](http://wybierz-zawod.eu), do których mają przekierowywać reklamy banerowe;
- Wykonawca przekaże do akceptacji Zamawiającego propozycje serwisów/portali oraz harmonogram realizacji kampanii banerowej;

- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego projekt szablonu graficznego reklam;
- Zamawiający zaakceptuje szablon lub dokona niezbędnych poprawek; na podstawie zaakceptowanego szablonu będą opracowywane projekty graficzne banerów promujących poszczególne obszary wsparcia;
- Zamawiający na każdym etapie prac zaakceptuje przekazane materiały lub naniesie poprawki w terminie **2 dni roboczych** od ich otrzymania;
- Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie **1 dnia roboczego** od dnia ich przekazania;
- Zamawiający zastrzega możliwość wydłużenia powyżej 2 dni roboczych ostatecznej akceptacji materiałów.

Szczegółowy harmonogram obejmujący konkretne terminy zostanie opracowany przez Wykonawcę i przedstawiony do akceptacji Zamawiającego w terminie do **5 dni roboczych** od podpisania umowy. Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że reklamy zostaną przygotowane do publikacji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do **40 dni roboczych** od podpisania umowy. Ewentualne zmiany terminów mogą nastąpić wyłącznie za zgodą Zamawiającego i muszą wynikać z przyczyn obiektywnych (np. problemy techniczne na portalach, nieleżące po stronie Wykonawcy). Ewentualne zmiany terminów nie mogą wpływać na ostateczny termin realizacji usługi i osiągnięcie wskaźników.

### **12.3 Działania reklamowe w social mediach wraz z projektowaniem graficznym i zakupem subskrypcji do internetowego narzędzia umożliwiającego Zamawiającemu samodzielne tworzenie projektów graficznych on-line, wraz z dostępem do banku zdjęć.**

Działania będą realizowane na bieżąco w okresie od podpisania umowy maksymalnie do 5 miesięcy i będą obejmować następujące elementy:

#### **1) Opracowanie projektów graficznych reklam w mediach społecznościowych.**

- Wykonawca opracuje łącznie 20 projektów graficznych reklam.
- Zlecenie dotyczące przygotowania projektu każdej reklamy Zamawiający będzie wysyłał Wykonawcy drogą mailową z wyprzedzeniem min. 3 dni roboczych. Za obopólną zgodą istnieje możliwość skrócenia czasu realizacji zlecenia do min. 1 dnia roboczego.



- Wykonawca do opracowania projektu reklamy będzie korzystał z bezpłatnych oraz płatnych baz/banków zdjęć.
- Każdy projekt reklamy bezwzględnie wymagać będzie akceptacji Zamawiającego.
- Zamawiający akceptuje lub nanosi uwagi na przekazane projekty w terminie 2 dni roboczych.
- Wykonawca wprowadza poprawki w odpowiedzi na uwagi Zamawiającego w terminie 1 dnia roboczego.

## **2) Płatne działania reklamowe w social mediach.**

- Celem działań reklamowych w social mediach będzie:
  - a) informowanie o możliwościach i zasadach pozyskiwania dofinansowania na realizację projektów;
  - b) informowanie o możliwościach wsparcia w ramach FE SL dla ostatecznych odbiorców wsparcia;
  - c) upowszechnianie wiedzy o tym na co wykorzystywane są środki Funduszy Europejskich w województwie śląskim;
  - d) promocja marki FE.
- Działania reklamowe w social mediach na serwisie społecznościowym Facebook będą ukierunkowane na zwiększenie ruchu na witrynach <https://funduszeue.slaskie.pl/> oraz <https://wybierz-zawod.eu>
  - a) grupa docelowa: mieszkańcy woj. śląskiego, w tym osoby w wieku 18-65 lat oraz w wieku 18-29 lat, przedsiębiorcy sektora MŚP z woj. śląskiego;
  - b) zasięg działań: obszar woj. śląskiego;

Wykonawca opublikuje łącznie 20 reklam. Wykonawca zapewni efekt działań reklamowych: łącznie 10 000 kliknięć linku, przy czym każda reklama musi mieć minimum 300 kliknięć linku,

- Wykonawca dokona publikacji reklam oraz odpowiednich ustawień: budżetu, czasu trwania, celu, grupy docelowej, itp.
- Łączne wymagane efekty powinny zostać osiągnięte maksymalnie do 5 miesięcy od podpisania umowy.
- Wykonawca będzie na bieżąco przekazywał Zamawiającemu drogą mailową informację o osiągnięciu wskaźników przez reklamy w ramach każdego zlecenia. Informacja będzie zawierała screen z Facebooka (menagera reklam) przedstawiający osiągnięte wskaźniki (kliknięcia linku).

**3) Zakup subskrypcji do internetowego narzędzia umożliwiającego tworzenie projektów graficznych on-line wraz z dostępem do banku zdjęć, z którego Zamawiający będzie mógł korzystać na potrzeby prowadzenia działań reklamowych promujących FE w regionie, w mediach społecznościowych, w czasie realizacji usługi.**

- Wykonawca zapewni zakup subskrypcji narzędzia Canva Pro lub równoważnego i na czas realizacji umowy zapewni dostęp do niego Zamawiającemu. Minimalne wymagania, a zarazem kryteria oceny równoważności proponowanego narzędzia, stosowane przez Zamawiającego to:
  - a) dostęp do banku zdjęć uwzględniający opcję Premium (zdjęcia płatne),
  - b) bank zdjęć powinien posiadać funkcję wyszukiwania fotografii według kategorii,
  - c) liczba zdjęć w banku: minimum 50 milionów,
  - d) dostęp do edytowalnych, skategoryzowanych szablonów graficznych,
  - e) tworzenie projektów graficznych w postaci: banerów reklamowych, reklam w mediach społecznościowych, plakatów, ulotek, infografik, broszur,
  - f) dostęp do przestrzeni dyskowej w chmurze: minimum 50 GB.

## **12.4 Produkcja i reklama filmów wideo**

### **1) Produkcja filmów wideo**

- Wykonawca przygotowuje oraz wyprodukuje **3 filmy wideo przeznaczone** do emisji w Internecie, **każdy długości do 1 min. 30 sek. (oraz skrót każdego filmu o długości 30 sek.)** promujące Fundusze Europejskie w regionie i zachęcające do skorzystania z możliwości wsparcia z Funduszy Europejskich (np. dotacji, szkoleń). Filmy będą pokazywały jak krok po kroku ubiegać się o wsparcie.
- Filmy animowane whiteboard (animacje 2D), w których obraz powstaje na oczach widza (tzw. filmy z rysującą ręką) wraz z odpowiednią narracją lektora. Zamawiający wymaga, by ilustracje w filmach były stworzone przez rysownika/grafika były autorskie, nie dopuszcza się użycia np. gotowych grafik z baz programów graficznych czy stockowych.
- Wykonawca zapewni doświadczony personel (rysownik/grafik), profesjonalny sprzęt/oprogramowanie do realizacji filmów zapewniający optymalną jakość materiału wideo dostosowaną do emisji w mediach społecznościowych (rozdzielczość, jakość Full HD), jak również montaż i udźwiękowanie.
- **W ramach postprodukcji Wykonawca zapewni**
  - ✓ oprawę graficzną (plansza końcowa m.in. z obowiązkowymi logotypami, odwołaniem do strony internetowej) napisy rozszerzone oraz tłumacza języka migowego, korekcję kolorów i udźwiękowanie,
  - ✓ oprawę muzyczną materiałów wideo (podkład muzyczny); Wykonawca przedstawi Zamawiającemu co najmniej 5 różnych podkładów do wyboru.
  - ✓ lektora; Wykonawca przedstawi Zamawiającemu co najmniej 5 różnych głosów do wyboru;
  - ✓ napisy rozszerzone, tłumacz języka migowego; Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania filmów wideo z napisami oraz z tłumaczeniem języka migowego. Napisy przedstawiające tekstową wersję tego, co słychać na wideo, tj. wypowiedzi lektora. Tekst musi być czytelny, o odpowiednim kontraście i czasie wyświetlania – zgodnie z zasadą dostępności cyfrowej. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu propozycję tłumacza języka migowego posiadającego doświadczenie w tłumaczeniu co najmniej 5 materiałów wideo emitowanych w Internecie lub telewizji w ciągu ostatnich 3 lat (opis doświadczenia proponowanego tłumacza języka migowego zostanie przekazany Zamawiającemu do akceptacji drogą mailową).

- Materiały wideo będą realizowane każdorazowo na podstawie przekazanych Wykonawcy przez Zamawiającego informacji na temat danej formy wsparcia, która będzie przedmiotem filmu.
  - Wykonawca na tej podstawie opracuje i przedstawi do akceptacji Zamawiającego scenariusze filmów wideo, scenorysy oraz gotowe filmy.
  - Wykonawca prześle Zamawiającemu filmy wideo w postaci plików źródłowych Full HD oraz w formatach i wielkościach właściwych do umieszczenia na stronach internetowych, w mediach społecznościowych (m.in. You Tube, Facebook), do zgrania na pendrivie lub innym nośniku ustalonym z Zamawiającym. Formaty i wielkości do uzgodnienia z Zamawiającym na etapie realizacji usługi;
- Harmonogram działań związanych z produkcją wideo** będzie obejmował następujące etapy:
- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego szczegółowy harmonogram realizacji materiałów wideo.
  - Zamawiający prześle Zamawiającemu informacje dotyczące tematyki poszczególnych filmów,
  - Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego propozycje scenariuszy filmów;
  - Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego scenorysy;
  - Wykonawca prześle zmontowany materiał do akceptacji Zamawiającego;
  - Na zmontowany materiał zostaną naniesione elementy postprodukcji: oprawa graficzna, podkład muzyczny, napisy, tłumaczenie języka migowego, głos lektora, które zostaną przedstawione do akceptacji Zamawiającego;
  - Zamawiający na każdym etapie prac zaakceptuje przekazane materiały, naniesie poprawki lub udzieli odpowiedzi w terminie **3 dni roboczych** od ich otrzymania;
  - Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie **2 dni roboczych** od dnia ich przekazania;
  - Zamawiający zastrzega możliwość wydłużenia powyżej **3 dni roboczych** ostatecznej akceptacji materiałów – ze względu na konieczność ich akceptacji także przez Instytucję Zarządzającą FE SL (nadrzędną wobec Zamawiającego);
  - Szczegółowy harmonogram prac nad produkcją wideo obejmujący konkretne terminy, zostanie opracowany przez Wykonawcę i przedstawiony do akceptacji Zamawiającego w terminie **5 dni roboczych** od podpisania umowy. Wykonawca

- i Zamawiający zobowiązują się, że filmy zostaną przygotowane do emisji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do **50 dni roboczych** od podpisania umowy;
- Harmonogram, za zgodą Zamawiającego, może ulec zmianie z przyczyn obiektywnych. Termin realizacji filmików może zostać wydłużony za zgodą Zamawiającego pod warunkiem zachowania terminu realizacji całości usługi i zapewnienia osiągnięcia przez Wykonawcę zadeklarowanych wskaźników.

## **2) Reklama wideo:**

W ramach kampanii przewiduje się emisję filmów wideo, o których mowa w pkt 13.4 ppkt 1), w tym:

- emisję **3 filmów o długości do 90 sek.** w obrębie kanału wideo na serwisie społecznościowym (kanał You Tube Praca TV, na którym Zamawiający posiada konto), z uwzględnieniem geotargetowania na województwo śląskie, przez min. 4 tygodnie trwania kampanii. Dla każdego z filmów wymagane jest uzyskanie min. 10 000 obejrzeń o długości min. 20% czasu trwania danego filmu;
- emisję **3 skrótów filmów o długości 30 sek.** na You Tube jako reklama in stream (pre roll) możliwa do pominięcia – rozliczenie w systemie CPV (Cost Per View) – wymagane min. 10 000 wyświetleń
- emisję **3 skrótów filmów o długości 30 sek.** na wybranych serwisach/portałach internetowych (targetowanie na woj. śląskie), należących do Wydawców, których liczba użytkowników (real users) wynosi łącznie minimum 16 mln (na podstawie zestawienia „TOP 20 Internet –Media Owners” w ramach badania Mediapanel za marzec 2024), z uwzględnieniem geotargetowania na województwo śląskie przez cały okres trwania kampanii. Dla każdego z filmów wymagane jest uzyskanie min. 30 000 wyświetleń.
- emisję **3 filmów o długości do 90 sek. i 3 skrótów filmów o długości 30 sek.** na Facebooku z uwzględnieniem geotargetowania na województwo śląskie, przez cały okres trwania kampanii. Dla każdego z filmów i ich skrótów wymagane jest uzyskanie min. 15 000 wyświetleń.

## **13. Raport podsumowujący**

Wykonawca jest zobowiązany na bieżąco kontrolować realizację wskaźników kampanii w internecie oraz optymalizować ją w celu osiągnięcia parametrów.

Po zrealizowaniu całej kampanii, najpóźniej do **5 dni roboczych** Wykonawca przekaże Zamawiającemu kompletny **raport końcowy** w formie elektronicznej (podpisany skan) i papierowej lub tylko dokument elektroniczny (wymagany jest wtedy podpis elektroniczny osoby uprawnionej ze strony Wykonawcy, tj. podpis elektroniczny kwalifikowany, profil zaufany lub osobisty podpis elektroniczny), zawierający dane nt. skuteczności i efektywności dla wszystkich przeprowadzonych działań, w tym dane nt. deklarowanych i zrealizowanych wskaźników dla wszystkich działań.

Rozliczenie nastąpi na podstawie raportu końcowego.

**14. Umowa powierzenia przetwarzania danych osobowych:** Zamawiający i Wykonawca dodatkowo umowę powierzenia przetwarzania danych osobowych niezbędnych do realizacji zamówienia (Zamawiający przekaże Wykonawcy w razie potrzeby dane osobowe uczestników projektów EFS/przedstawicieli firm/beneficjentów, którzy skorzystali ze wsparcia FE – podanych jako przykłady dobrych praktyk – do wykorzystania podczas realizacji kampanii, tj. imię i nazwisko, adres e-mail, nr telefonu).