Załącznik nr 3b do SWZ

**Umowa nr..…/WUP/……/2022/RPO/POWER –** PROJEKT UMOWY

W rezultacie przeprowadzenia przez Zamawiającego postępowania o udzielenie zamówienia publicznego w trybie podstawowym na podstawie art. 275 pkt 1 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2021 r. poz. 1129, z późn. zm.) w dniu……………………….2021 r. w Warszawie zostaje zawarta umowa pomiędzy:

**Województwem Mazowieckim, ul. Jagiellońska 26, 03-719 Warszawa, NIP: 1132453940, jako NABYWCĄ,**

**Wojewódzkim Urzędem Pracy w Warszawie**, ul. Młynarska 16, 01-205 Warszawa,

jako **ODBIORCĄ**, reprezentowanym przez:

**Pana Tomasza Sieradza – Dyrektora Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Warszawie**na podstawie pełnomocnictwa udzielonego przez Zarząd Województwa Mazowieckiego,
zwanym dalej **Zamawiającym**a firmą: ……………………………………………………………………………………….…z siedzibą………………………………………………………………………………………..wpisaną do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS:……………………………………………………………………………........................

NIP:…………………………………………………………………………………………….

REGON:…………………………………………………………………………..…………....

wysokość kapitału zakładowego………………………………………………………………
reprezentowaną przez……………………………………………………………………………

zwaną dalej w treści umowy **Wykonawcą.**

**§ 1.**

**Przedmiotem umowy jest** zaplanowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie, polegającej na publikacji banerów internetowych, kampanii w wyszukiwarce Google, kampanii na Facebooku, kampanii na YouTube, mającej na celu promocję działań realizowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2014-2020 (RPO WM) i Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój (PO WER), zgodnie z wymogami określonymi w opisie przedmiotu zamówienia stanowiącym *załącznik nr 1 do umowy.*

**§ 2.**

**Termin realizacji przedmiotu umowy ustala się na:**

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.

Podział zamówienia na poszczególne etapy zamówienia oraz zadania określony został
w *załączniku nr 1 do umowy.*

**§ 3.**

Wykonawca oświadcza, że spełnia określone odrębnymi przepisami warunki niezbędne do wykonania umowy, ma wystarczające doświadczenie i kompetencje do realizacji umowy oraz zobowiązuje się wykonać należycie przedmiot umowy.

**§ 4.**

Wykonawca zobowiązuje się do zawarcia umów z twórcami, artystami, wykonawcami i realizatorami utworów określonych w *załączniku nr 1 do umowy*, których przedmiotem jest przeniesienie przez nich wszelkich autorskich praw majątkowych i praw pokrewnych oraz uzyskanie zezwolenia na wykonywanie autorskich praw zależnych, w zakresie opracowań, przeróbek, montażu  materiału, nowych wersji, łączenia z innymi utworami i eksploatacji takich opracowań na polach eksploatacji wymienionych poniżej, tak aby zagwarantowane było prawo Zamawiającego, do nieograniczonego w czasie i przestrzeni rozporządzania utworami w kraju i za granicą w całości lub fragmentach na następujących polach eksploatacji:

1. utrwalanie na jakimkolwiek nośniku znanym obecnie, w tym audialnym, jak np. na dyskach komputerowych oraz wszystkich typach nośników przeznaczonych do zapisu cyfrowego;
2. zwielokrotnianie jakąkolwiek techniką znaną obecnie, w tym: techniką cyfrową, techniką zapisu komputerowego na wszystkich rodzajach nośników dostosowanych do tej formy zapisu, wytwarzanie określoną techniką egzemplarzy utworów w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową
(w tym CD, DVD, CD ROM, UCD, itp.);
3. publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie, włącznie z miejscami dostępnymi za opłatą wstępu;
4. prawo obrotu w kraju i za granicą;
5. użyczenie, najem lub wymiana nośników, na którym przedmiot umowy utrwalono;
6. nadawanie za pomocą fonii przewodowej i bezprzewodowej przez stację naziemną (także webcasting lub simulcasting) oraz przez platformy cyfrowe;
7. nadawanie za pośrednictwem satelity;
8. wprowadzenie do pamięci komputera i do sieci multimedialnej;
9. wykorzystywanie w utworach multimedialnych;
10. obrót przy użyciu Internetu i innych technik przekazu danych wykorzystujących sieci telekomunikacyjne, informatyczne i bezprzewodowe (np. MMS, WAP, SMS itp.);
11. wykorzystanie fragmentów przedmiotu umowy do celów promocyjnych;
12. publiczne udostępnianie przedmiotu umowy w taki sposób, aby każdy mógł mieć dostęp w miejscu i czasie przez siebie wybranym, - w nieograniczonej liczbie nadań
i wielkości nakładów.

 **§ 5.**

* 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.

**§ 6.**

W przypadku pomyłek w treści reklamy tekstowej oraz banerów internetowych, spowodowanych niestarannością Wykonawcy, zobowiązuje się on każdorazowo do powtórnej i nieodpłatnej produkcji oraz emisji reklamy tekstowej oraz banerów internetowych i umieszczeniu ich wraz z niezbędnymi wyjaśnieniami w terminie wskazanym przez Zamawiającego.

**§ 7.**

1. Całkowita wartość wykonania usługi, o której mowa w § 1 nie przekroczy kwoty: ………………………… zł (słownie brutto: ……………………………... złotych 00/100), w tym kwota finansowana ze środków pomocy technicznej PO WER stanowi: …………………………. zł (słownie brutto: ……………….. 00/100), kwota finansowana z pomocy technicznej RPO WM stanowi: ………………………….. zł (słownie brutto: ……………………..00/100).
2. Wykonawca wystawi Zamawiającemu 6 faktur/rachunków w ciągu 5 dni od daty wykonania usługi, o której mowa w §1. Faktura/rachunek zostaną wystawione przez Wykonawcę na Zamawiającego jako NABYWCA: Województwo Mazowieckie, ul. Jagiellońska 26, 03-719 Warszawa, NIP 113 24 53 940; jako ODBIORCA/PŁATNIK: Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie z siedzibą przy ul. Młynarskiej 16, 01-205 Warszawa, w tym:
	1. I etapu kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie w ramach PO WER,
	2. I etapu kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie w ramach RPO WM,
	3. II etapu kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie w ramach PO WER,
	4. II etapu kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie w ramach RPO WM,
	5. III etapu kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie w ramach PO WER,
	6. III etapu kampanii informacyjno-promocyjnej w Internecie w ramach RPO WM.
3. Zamawiający dokona zapłaty należności przelewem na konto Wykonawcy w terminie 14 dni od otrzymania przez Zamawiającego prawidłowo wystawionej faktury, pod warunkiem dostępności środków na rachunku bankowym Zamawiającego. Zapłata zostanie dokonana niezwłocznie po otrzymaniu środków. W takim przypadku Wykonawcy nie będzie przysługiwało roszczenie z tytułu zapłaty odsetek.
4. Wykonawca oświadcza, że zapłatę należy dokonać na konto wskazane w umowie, tj. …………………………………………………..……………………………………
5. Za datę płatności strony uznają dzień wysłania przez Zamawiającego polecenia przelewu do banku prowadzącego jego rachunek.
6. Za prawidłowo wystawioną fakturę/rachunek Zamawiający uznaje:
7. Fakturę/rachunek, gdzie wskazano pełną nazwę Zamawiającego,
8. Fakturę/rachunek, gdzie widnieje data wystawienia i data sprzedaży przedmiotu umowy.
9. W przypadku przekazania faktury za pośrednictwem Platformy Elektronicznego Fakturowania (https://efaktura.gov.pl/platforma-PEF) Wykonawca zobowiązany jest do poprawnego wypełnienia pól oznaczonych „numer umowy” oraz „referencje kupującego”
w dokumencie e-faktura.
10. Zamawiający oświadcza, że posiada status dużego przedsiębiorcy.

**§ 8.**

1. Wykonawca zapłaci Zamawiającemu kary umowne:
	1. w wysokości 1 % łącznej wartości brutto przedmiotu umowy, określonej
	w § 7 ust.1 za każdy dzień zwłoki w wykonaniu lub należytym wykonaniu przedmiotu umowy, w tym naruszenie poszczególnych terminów, o których mowa w § 2 lub § 6,
	2. w wysokości 10 % łącznej wartości brutto przedmiotu umowy, określonej
	w § 7 ust.1 za każdy przypadek niewykonania lub nienależytego wykonania przedmiotu umowy,
	3. w wysokości 30 % łącznej wartości brutto przedmiotu umowy, określonej
	w § 7 ust.1 w przypadku rozwiązania umowy z powodu okoliczności, za które odpowiada Wykonawca.
2. Postanowienia ust.1 nie wykluczają prawa Zamawiającego do dochodzenia
od Wykonawcy odszkodowania uzupełniającego na zasadach ogólnych, jeżeli wartość powstałej szkody przekroczy wysokość ww. kar umownych.
3. Zamawiający ma prawo rozwiązać niniejszą umowę ze skutkiem natychmiastowym
w przypadku rażącego naruszenia przez Wykonawcę postanowień umowy, ust. 1 pkt 3 stosuje się odpowiednio.
4. Wykonawca wyraża zgodę na potrącenie kar umownych z przysługującego mu wynagrodzenia umownego.
5. Łączna wysokość kar umownych nie przekroczy 60% wynagrodzenia umowy.

**§ 9.**

1. W sprawach nieunormowanych niniejszą umową mają zastosowanie odpowiednie przepisy prawa, w tym Kodeksu Cywilnego.
2. Umowa wchodzi w życie z dniem zawarcia.
3. Wszelkie zmiany postanowień umowy wymagają dla swojej ważności formy pisemnej.
4. Spory mogące wynikać z realizacji niniejszej umowy będę rozstrzygane przez sąd właściwy miejscowo dla siedziby Zamawiającego.
5. Cesja wierzytelności z umowy wymaga uprzedniej pisemnej zgody Zamawiającego.

**§ 10.**

Umowę sporządzono w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, w tym dwa dla Zamawiającego
i jeden dla Wykonawcy.

**Zamawiający:**  **Wykonawca:**

**Załącznik nr 1 do Umowy**

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA:

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

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.

1. **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.

1. **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.

1. **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.