

## Opis przedmiotu zamówienia.

Przedmiotem zamówienia jest kompleksowa usługa promocji projektu polegająca na:

1. zaprojektowaniu, wykonaniu, dostawie i montażu tablicy pamiątkowej – 2 szt.,
2. zaprojektowaniu, wykonaniu i dostawie ścianki tekstylnej – 1 szt.,
3. przygotowaniu kampanii informacyjnej w mediach społecznościowych Zamawiającego, w tym co najmniej jednego filmu informującego o celach projektu i jego efektach,
4. przygotowaniu i opublikowaniu artykułu eksperckiego w prasie branżowej,
5. przygotowania notatki prasowej informującej o projekcie,
6. przygotowania konferencji prasowej na zakończenie projektu wraz z materiałami dla prasy oraz zaproszonych gości w tym ulotek/broszur, notatników i innych materiałów oraz zapewnienie cateringu.

Materiały promocyjne winny być wykonane zgodnie ze Strategią Promocji i Informacji Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększania Odporności oraz Księgą Identyfikacji Wizualnej KPO dostępnymi na stronie:

<https://www.kpo.gov.pl/strony/o-kpo/dla-instytucji/dokumenty/strategia-promocji-i-informacji-kpo/>

Zamówienie dotyczy:

1. **Wykonania tablic pamiątkowych** (zgodnie z ww. zasadami): 2 szt. tablic o wymiarach 80 cm x 40 cm, wykonaną na materiale i w technologii gwarantującej min. 5 – letnią ekspozycję (montaż wewnątrz budynku – ściana);
2. **Wykonania ścianki tekstylnej** (zgodnie z ww. zasadami): 1 szt. ścianki o wymiarach 300 cm x 230 cm. Konstrukcja ścianki to stelaż aluminiowy o średnicy 25-35 mm, wyposażony w rurkę/wspornik wspomagający. Nadruk: jednostronny, wykonany na wysokiej jakości tkaninie poliestrowej 250-280g/m2, pełnokolorowy, fotorealistyczny wysokiej jakości druk wykonany technologią sublimacyjną. Tkanina naciągana na zaokrągloną konstrukcję z zapięciem w formie zamka błyskawicznego w dolnej części, odporna na pranie i prasowanie. Posiadająca atest niepalności B1. Wyposażenie: wytrzymała torba transportowa;
3. **Przygotowania kampanii informacyjnej w mediach społecznościowych** Zamawiającego (Facebook), w tym co najmniej jednego filmu informującego o celach projektu i jego efektach oraz jednego prezentującego możliwości kluczowego sprzętu/aparatury medycznej, które trafiły do Zamawiającego:

Przygotowanie kampanii informacyjnej w mediach społecznościowych:

- Opracowanie strategii komunikacji kampanii w kanałach społecznościowych Zamawiającego (Facebook – zgodnie z grupą docelową).
- Dobór i harmonogram publikacji treści promocyjnych (grafik, postów, filmów, relacji, rolek itp.) - uzgodniony z Zamawiającym.
- Jednorazowa kampania Fb Ads o zasięgu lokalnym.
- Tworzenie treści tekstowych dostosowanych do specyfiki platformy (język przyjazny, zwięzły, informacyjny, uwzględniający potrzeby osób z niepełnosprawnościami – np. opisy alternatywne).
- Projektowanie i przygotowanie grafik, animacji lub innych materiałów wizualnych zgodnie z identyfikacją wizualną projektu i obowiązującymi wytycznymi (np. logotypy, hasła informacyjne).

Realizacja filmów informacyjnych:

- Opracowanie scenariusza i koncepcji filmów informacyjno-promocyjnych (ok. 2–4 minut) przedstawiających:
  - cele projektu,

- o jego działania i etapy realizacji,
  - o możliwości kluczowego sprzętu/aparatury medycznej, które trafiły do Zamawiającego:
  - o efekty i korzyści dla odbiorców końcowych lub społeczności lokalnej.
- Nagranie materiału (w tym ujęcia plenerowe, wypowiedzi przedstawicieli projektu, beneficjentów itp.).
- Montaż i udźwiękowienie filmu (lektor lub napisy, muzyka z licencją).
- Przygotowanie wersji filmu z audiodeskrypcją oraz napisami, zgodnie z wymaganiami dostępności cyfrowej (WCAG 2.2 poziom AA).
- Przekazanie gotowego filmu w formacie umożliwiającym publikację w mediach społecznościowych i na stronie internetowej.

#### Publikacja i moderacja:

- Publikacja opracowanych materiałów w mediach społecznościowych Zamawiającego zgodnie z harmonogramem.
- Monitorowanie zasięgów i reakcji odbiorców (komentarze, udostępnienia, zaangażowanie).
- Przygotowanie raportu podsumowującego kampanię (zasięgi, skuteczność, rekomendacje).

Wszystkie materiały muszą być zgodne z wytycznymi dotyczącymi oznaczeń projektów współfinansowanych ze środków publicznych i unijnych (w tym logotypy, hasła informacyjne, kolory).

Kampania musi być zgodna z zasadami dostępności cyfrowej i projektowania uniwersalnego – w szczególności zapewnienie:

- kontrastu tekstów i grafik,
- napisów do materiałów wideo,
- alternatywnych opisów treści graficznych,
- zgodności z WCAG 2.2 poziom AA

#### **4. Przygotowania i opublikowania artykułu eksperckiego w prasie branżowej.** Artykuł o objętości ok. 2500–4000 znaków ze spacjami, winien zawierać m.in.:

- nazwę projektu i źródło dofinansowania, cel i główne działania projektu,
- planowane lub osiągnięte rezultaty,
- grupy docelowe / odbiorców projektu,
- cytaty przedstawicieli Zamawiającego lub partnerów projektu (opcjonalnie),
- informacje o znaczeniu projektu dla lokalnej społeczności lub danej branży,

##### Zgodność z wytycznymi informacyjno-promocyjnymi, w szczególności:

- stosowanie obowiązkowych oznaczeń (np. logotypy, odniesienia do funduszy, hasła typu „Projekt współfinansowany przez...”),
- spójność z identyfikacją wizualną programu (Krajowy Plan Odbudowy).

Język dostosowany do odbiorców – artykuł powinien być napisany stylem neutralnym i zrozumiałym, dostosowanym do mediów informacyjnych, z zachowaniem zasad poprawności językowej i redakcyjnej. Treść uzgodniona z Zamawiającym.

Przekazanie materiału w edytowalnym formacie (np. .docx) oraz w wersji gotowej do publikacji (np. PDF z grafikami lub zdjęciem – jeśli dostępne).

#### **5. Przygotowania notatki prasowej informującej o projekcie.** Notatka prasowa o objętości ok. 2500–4000 znaków ze spacjami, winna zawierać m.in.:

- nazwę projektu i źródło dofinansowania,
- cel i główne działania projektu,
- planowane lub osiągnięte rezultaty,
- grupy docelowe / odbiorców projektu,
- cytaty przedstawicieli Zamawiającego lub partnerów projektu (opcjonalnie),

- informacje o znaczeniu projektu dla lokalnej społeczności lub danej branży,

Zgodność z wytycznymi informacyjno-promocyjnymi, w szczególności:

- stosowanie obowiązkowych oznaczeń (np. logotypy, odniesienia do funduszy, hasła typu „Projekt współfinansowany przez...”),
- spójność z identyfikacją wizualną programu (Krajowy Plan Odbudowy).

Język dostosowany do odbiorców – notatka powinna być napisana stylem neutralnym i zrozumiałym, dostosowanym do mediów informacyjnych, z zachowaniem zasad poprawności językowej i redakcyjnej.

Przygotowanie co najmniej dwóch wersji tytułu oraz leadu (zajawki), umożliwiających publikację w różnych kanałach.

Przekazanie materiału w edytowalnym formacie (np. .docx) oraz w wersji gotowej do publikacji (np. PDF z grafikami lub zdjęciem – jeśli dostępne).

## **6. Przygotowania konferencji prasowej na zakończenie projektu** wraz z materiałami dla prasy oraz zaproszonych gości w tym ulotek/broszur, notatników i innych materiałów.

Organizacja konferencji prasowej:

- Opracowanie scenariusza i harmonogramu wydarzenia,
- Zapewnienie odpowiedniego miejsca konferencji (sala konferencyjna z nagłośnieniem, dostępem do multimediów i udogodnieniami dla osób z niepełnosprawnościami),
- Obsługa techniczna wydarzenia (nagłośnienie, rzutnik/projektor, ekran, mikrofony),
- Prowadzenie konferencji,
- Obsługa logistyczna i koordynacja wydarzenia w dniu konferencji,
- Zapewnienie cateringu na około 50-70 osób,
- Możliwość transmisji online (opcjonalnie – jeśli wskazane przez Zamawiającego).

Przygotowanie materiałów informacyjnych dla uczestników i prasy:

- Pakiet materiałów konferencyjnych, w tym:
  - broszura lub ulotka informacyjna o projekcie (cele, działania, rezultaty, źródła finansowania),
  - notatka prasowa z najważniejszymi informacjami do przekazania mediom,
  - zestaw materiałów promocyjnych (notatniki, długopisy, teczki z nadrukiem),
  - lista kontaktowa / informacyjna z danymi Zamawiającego lub zespołu projektowego,
  - możliwość dodania pendrive’a lub QR kodu z dodatkowymi materiałami (raporty, film podsumowujący projekt).
- Projekty graficzne wszystkich materiałów oraz ich druk w ustalonej liczbie egzemplarzy.
- Zapewnienie zgodności materiałów z wytycznymi dotyczącymi promocji i oznaczeń projektów współfinansowanych (logotypy, hasła informacyjne, identyfikacja wizualna programu).
- Oznaczenie sali i otoczenia konferencji materiałami promocyjnymi (roll-upy, banery).

Elementy dostępności i zgodności z przepisami:

- Miejsce konferencji musi być dostępne dla osób z niepełnosprawnościami.
  - Materiały pisemne powinny być przygotowane z zachowaniem zasad czytelności (czytelna czcionka, kontrast, układ zgodny z zasadami projektowania uniwersalnego).
  - Możliwość zapewnienia tłumaczenia na PJM lub pętli indukcyjnej
- A) Notatnik - format A5/B5 (do wyboru przez Zamawiającego)
- Papier wewnętrzny: biały, gramatura min. 80 g/m<sup>2</sup>, z nadrukiem 4+0 (grafika jednostronna). Poziom bieli kartek min. 80%.
  - Nadruk kartek wewnętrznych: jednostronny lub dwustronny (według uzgodnień z Zamawiającym), w linie lub w kratkę, w kolorze jasnej szarości, zapewniającej czytelność i nienachalność.

- Oprawa klejona lub na spirali, po krótkim lub długim boku - sposób oprawy zostanie doprecyzowany na etapie projektu graficznego.
- Okładka (front i tył) - karton dwustronnie kredowany, gramatura min. 200 g/m<sup>2</sup>, uszlachetniony folią matową.
- Projekt okładki - zgodny z Księgą Identyfikacji Wizualnej KPO oraz wytycznymi Zamawiającego: układ, kolorystyka i elementy graficzne zostaną uzgodnione przed produkcją.
- Liczba kartek: 40.
- Liczba zamawianych notatników: 200 sztuk pakowanych w opisane kartony.

**B) Teczka tekturowa na dokumenty – format A4**

- Projekt graficzny – kolorystyka i układ zgodne z Księgą Identyfikacji Wizualnej oraz wytycznymi Zamawiającego - projekt zostanie uzgodniony przed produkcją.
- Materiał - tekstura lub tekstura makulaturowa bezkwasowa, o gramaturze min. 350 g/m<sup>2</sup>, zapewniająca odpowiednią sztywność lub trwałość. Okładka laminowana folią matową w celu zabezpieczenia przed uszkodzeniami i zabrudzeniami.
- Konstrukcja teczki – dolne skrzydło wyposażone w ukośne nacięcia umożliwiające umieszczenie wizytówki; teczka posiada wewnętrzne zakładki zapobiegające wypadaniu dokumentów podczas użytkowania.
- Nadruk – jednostronny lub dwustronny – zakres nadruku zostanie uzgodniony z Zamawiającym; nadruk obejmuje wymagane logotypy KPO oraz oznaczenia informacyjno-promocyjne.
- Ilość - 200 sztuk pakowanych w opisane kartony.

**C) Długopis metalowy/plastikowy**

- Materiał - metal lub wysokiej jakości plastik; wybór materiału zostanie uzgodniony z Zamawiającym na etapie projektowym.
- Kolor korpusu: kolorystyka powinna być spójna z identyfikacją wizualną projektu KPO; kolor zostanie uzgodniony z Zamawiającym.
- Mechanizm - długopis automatyczny (klikany) lub z obrotowym mechanizmem.
- Wkład: wymienny w kolorze niebieskim lub czarnym.
- Nadruk/grawer - logotypy i oznaczenia wymagane w ramach KPO, wykonane jako grawer laserowy (dla wersji metalowej) lub nadruk trwały (dla wersji plastikowej).
- Ilość - 500 sztuk pakowanych w opisane kartony.

**D) Roll-up reklamowy – 1 szt.**

- Stelaż - konstrukcja stabilna, wykonana z aluminium, zapewniająca utrzymanie pionu po rozłożeniu; waga stelaża z podstawą do określenia z Zamawiającym; wymiary po rozłożeniu: szerokość ok. 90 cm, wysokość ok. 200-230 cm (dokładne wymiary do uzgodnienia z Zamawiającym).
- Plansza graficzna – wykonana z elastycznej tkaniny poliestrowej kalandrowanej, z warstwą nieprzepuszczającą światła (blockout), wytrzymała, odporna na odkształcenia i odbarwienia, bez łączeń — po rozłożeniu grafika stanowi jednolitą powierzchnię.
- Nadruk - wysokiej jakości, wielokolorowy, trwały, zgodny z Księgą Identyfikacji Wizualnej KPO oraz wytycznymi Zamawiającego; w projekcie uwzględnione muszą być wszystkie obowiązkowe logotypy i oznaczenia.
- Mechanizm - zwijany automatycznie do kasety podstawy; umożliwiający wielokrotne, bezproblemowe składanie i rozkładanie.
- Futerał transportowy - umożliwiający bezpieczny transport roll-upa, wykonany z materiału wodoodpornego, chroniący przed uszkodzeniami mechanicznymi, zamykany na suwak, wyposażony w miejsce na opis zawartości (etykieta/okienko).

Wszystkie zaplanowane w ramach usługi promocji działania muszą być prowadzone zgodnie z zasadami równości szans i niedyskryminacji oraz kryteriami dostępności i uniwersalnego projektowania.

**Wymogi dotyczące zasady DNSH:**

Zamówienie musi być realizowane zgodnie z zasadą „nieczynienia poważnych szkód środowisku” (DNSH), co oznacza:

- Ograniczenie drukowanych materiałów do niezbędnego minimum.
- Wykorzystanie materiałów ekologicznych (np. papier z recyklingu, farby bezpieczne środowiskowo, rezygnacja z plastiku).
- Preferowanie promocji cyfrowej (media społecznościowe, treści online).
- Organizacja wydarzeń w sposób niskoemisyjny (np. lokalizacja z dostępem komunikacji publicznej, możliwość udziału online).

Kryteria oceny:

Cena – 100%