

Opis przedmiotu zamówienia

1. Przedmiot

- 1.1. Przedmiotem zamówienia jest świadczenie usług wsparcia PR dla Departamentu Komunikacji i Marketingu PARP, w szczególności dla sekcji komunikacji i mediów (część 1).
- 1.2. Przedmiotem zamówienia jest świadczenie przez Wykonawcę usługi polegającej na pośrednictwie w zakupie (część 2):
- a) powierzchni w prasie oraz serwisach internetowych w celu zamieszczania publikacji informacyjnych, edukacyjnych, upowszechniających, promocyjnych lub reklamowych (w formie m.in. tekstu, baneru, wideo, reklamy, podcastu itp.), wraz z ich opracowaniem. Zamawiający zastrzega sobie możliwość zlecenia publikacji także w prasie zagranicznej, przy czym tego rodzaju zlecenia będą miały charakter incydentalny (maksymalnie 3 artykuły);
 - b) czasu antenowego w celu emisji audycji lub materiałów radiowych i telewizyjnych o charakterze informacyjnym, edukacyjnym, upowszechniającym, promocyjnym lub reklamowym, wraz z ich przygotowaniem;
 - c) rekomendacji i nawiązaniu współpracy z osobami opiniotwórczymi (takimi jak influencerzy branżowi, edukacyjni, eksperci tematyczni, liderzy opinii, mikroinfluencerzy lokalni i regionalni, vlogerzy, podcasterzy oraz twórcy treści specjalistycznych) w celu realizacji działań informacyjnych, edukacyjnych, promocyjnych lub reklamowych za pośrednictwem aktywności prowadzonych m.in. w mediach społecznościowych, na blogach itp.;
 - d) organizacji misji dziennikarskich, polegających na organizacji i koordynacji wyjazdów przedstawicieli mediów (np. dziennikarzy, blogerów, twórców treści) w celu przygotowania materiałów informacyjnych, edukacyjnych lub promocyjnych, w szczególności dotyczących działalności Zamawiającego, realizowanych przez niego projektów lub tematów objętych kampanią informacyjną. W ramach misji dziennikarskich Wykonawca zobowiązany będzie do zapewnienia kompleksowego wsparcia logistycznego, kontaktu z redakcjami, przygotowania agendy wyjazdu oraz monitorowania efektów medialnych.
- 1.2.1. Materiały do realizacji punktów a-d będą przekazywane przez Zamawiającego lub będą opracowywane przez wykonującego dane świadczenie.

2. Termin realizacji zamówienia

- 2.1. Umowa w ramach zamówienia podstawowego będzie realizowana od dnia zawarcia umowy przez okres 24 miesięcy lub do dnia wykorzystania pełnej kwoty zamówienia podstawowego określonego w Umowie, w zależności od tego, które ze zdarzeń kończących stosunek prawny wystąpi wcześniej.

- 2.2. W przypadku zastosowania prawa opcji umowa będzie realizowana przez dodatkowe 24 miesiące do dnia wykorzystania pełnej kwoty określonej w prawie opcji w Umowie, w zależności od tego, które ze zdarzeń kończących stosunek prawny wystąpi wcześniej. Prawo opcji zostanie uruchomione po wykorzystaniu zamówienia podstawowego.
- 2.3. Ilekroć w opisie przedmiotu zamówienia jest mowa o dniach, należy przez to rozumieć dni robocze (dni od poniedziałku do piątku z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy).

3. Zadania Wykonawcy

3.1. Wykonawca będzie zobowiązany do realizacji poniższych Zadań w części 1.

3.1.1. **Zadanie 1** obejmuje:

- a) przygotowywanie materiałów, m. in. przeprowadzanie wywiadów z beneficjentami (przykłady projektów), ekspertami oraz przedstawicielami zaangażowanych środowisk, opracowywanie relacji z wydarzeń organizowanych przez Zamawiającego lub z jego udziałem. W ramach zadania przygotowywane będą również teksty dotyczące wydanych raportów przez Zamawiającego. Ok. 10 realizacji w miesiącu;
- b) wysyłkę informacji prasowych i komunikatów (tekstów przygotowanych przez Zamawiającego lub materiałów przygotowanych ramach punktu a) przez Wykonawcę) do mediów. Wykonawca będzie zobowiązany do korzystania z własnej bazy mediów, dostosowanej do treści danej informacji prasowej. Baza ta powinna uwzględniać podział m.in. na media regionalne, ogólnopolskie, branżowe i informacyjne. Zamawiający ma prawo wglądu do baz mediowych wykorzystywanych przez Wykonawcę oraz akceptacji przed wysyłką informacji prasowych. Ok. 15 wysyłek w miesiącu.

3.1.2. **Zadanie 2** obejmuje obsługę techniczną działań PR, takich jak wydarzenia czy konferencje prasowe – w liczbie około 5 w ramach 24-miesięcznej umowy. Obecność Wykonawcy na wydarzeniach nie jest obowiązkowa, jednak musi on zapewnić obecność mediów podczas wydarzenia. Co najmniej 24 godziny przed wydarzeniem Wykonawca dostarczy Zamawiającemu listę potwierdzonych mediów wraz z danymi kontaktowymi do dziennikarzy, w tym adres e-mail oraz numer telefonu. Obecność Wykonawcy na wydarzeniach jest nieobligatoryjna przy czym Wykonawca musi zapewnić obecność mediów podczas wydarzenia. Ponadto Wykonawca zapewni pomoc w uzyskaniu patronatów medialnych.

3.1.3. **Zadanie 3** obejmuje codzienny monitoring mediów, w tym działania z zakresu zarządzania kryzysowego. Sytuacja kryzysowa oznacza pojawienie się w mediach informacji mogącej negatywnie wpłynąć na wizerunek Zamawiającego. W ramach 24-miesięcznej umowy przewidziane jest wsparcie w zakresie zarządzania kryzysowego w wymiarze około 60 godzin.



Fundusze
Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



KRAJOWY
PLAN
ODBUDOWY

Wykonawca zobowiązuje się do skutecznego reagowania na sytuacje kryzysowe w mediach, w tym do bieżącego monitorowania przekazów medialnych oraz podejmowania działań zaradczych. W tym celu otrzyma dostęp do serwisu monitorującego media, którym dysponuje Zamawiający na podstawie odrębnej umowy, co umożliwi Wykonawcy bieżące śledzenie informacji dotyczących Zamawiającego, w tym potencjalnych zagrożeń wizerunkowych. W przypadku wystąpienia sytuacji kryzysowej Wykonawca zobowiązany jest do niezwłocznego poinformowania Zamawiającego oraz przedstawienia propozycji odpowiednich działań zaradczych – telefonicznie, mailowo lub osobiście (zgodnie z zapisami pkt. 4.8, 4.9 i 4.10);

4. Realizacja

- 4.1. Zamawiający będzie organizował jedno cotygodniowe spotkanie z Wykonawcą, o których mowa w pkt 9 ppkt 9.4.
- 4.2. Wykonawca, w terminie do jednego dnia po pierwszym cotygodniowym spotkaniu z Zamawiającym, będzie przedstawiał harmonogram planowanych działań na najbliższy tydzień (lub dwa tygodnie). Przez harmonogram Zamawiający rozumie uzgodniony przez Strony plan działań na określony okres.
- 4.3. Zamawiający dopuszcza możliwość modyfikacji działań w harmonogramie. Zmiany w harmonogramie muszą wynikać z obiektywnie niemożliwych do przewidzenia okoliczności. Zmodyfikowany harmonogram Wykonawca prześle na adres e-mail Zamawiającego (zmiana harmonogramu nie wymaga zachowania formy aneksu do umowy).
- 4.4. Wykonawca będzie przygotowywał teksty (takie jak wywiady czy relacje) we współpracy z Zamawiającym, tj. również na podstawie materiałów przekazanych przez Zamawiającego oraz z uwzględnieniem jego uwag. Jednocześnie Zamawiający określa wymagania dotyczące treści tekstów:
 - a) język tekstów powinien opierać się na zasadach prostej i zrozumiałej komunikacji, zgodnie m.in. z zasadami prostego języka (<https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/promocja/prosto-o-funduszach-europejskich-1/o-prostym-jezyku>);
 - b) teksty przygotowane przez Wykonawcę na rzecz Zamawiającego nie mogą być wykorzystywane – w całości ani w części – w innych publikacjach przygotowywanych przez Wykonawcę;
 - c) teksty przygotowywane przez Wykonawcę muszą stanowić materiały autorskie, tj. nie mogą pochodzić z innych publikacji (również wcześniejszych materiałów przygotowanych przez Wykonawcę lub Zamawiającego) ani z innych źródeł;
 - d) Wykonawca będzie odpowiedzialny za przeprowadzenie korekty językowej oraz za wprowadzenie i uwzględnienie wszystkich korekt i uwag zgłoszonych przez Zamawiającego do opracowanych materiałów;



Fundusze
Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



KRAJOWY
PLAN
ODBUDOWY

Dofinansowane przez Unię Europejską – NextGenerationEU

- e) Wykonawca będzie przekazywał Zamawiającemu gotowe treści materiałów w formacie zgodnym z pakietem Microsoft Office.
- 4.5. Treść oraz forma tekstów będą uzgadniane i recenzowane przez Zamawiającego. Wykonawca będzie przekazywał Zamawiającemu opracowane teksty zgodnie z harmonogramem planowanych działań, o którym mowa w pkt 4.2. Teksty powinny być przysyłane w terminie określonym każdorazowo przez Zamawiającego, przy przekazaniu tematu do opracowania, a także wskazanym w harmonogramie. Zamawiający, w terminie do 2 dni roboczych, zaakceptuje przesłane treści lub zgłosi do nich uwagi. Termin na wprowadzenie poprawek przez Wykonawcę wynosi maksymalnie 1 dzień roboczy, o ile nie wpływa to na terminową realizację zlecenia. W przypadku nieuzasadnionego nieuwzględnienia uwag przez Wykonawcę, Zamawiający naliczy karę umowną, o której mowa w Umowie.
- 4.6. W przypadku informacji prasowych Wykonawca, po ostatecznej akceptacji treści przez Zamawiającego, zobowiązuje się do niezwłocznego zrealizowania wysyłki do mediów, zgodnie z zapisami pkt 3.1 lit. b.
- 4.7. Wykonawca zobowiązuje się, w ramach zarządzania kryzysowego, do efektywnego reagowania na sytuacje kryzysowe w mediach.
- 4.8. W przypadku wystąpienia sytuacji kryzysowej w mediach Wykonawca zobowiązany jest do natychmiastowego powiadomienia Zamawiającego – nie później niż w ciągu 3 godzin od pojawienia się potencjalnie kryzysowej informacji – oraz do zaproponowania działań zaradczych (telefonicznie, osobiście lub mailowo). Proponowane działania mogą stanowić podstawę do podjęcia przez Wykonawcę odpowiednich czynności zmierzających do usunięcia skutków sytuacji kryzysowej.
- 4.9. Informacje o sytuacji kryzysowej oraz zaproponowanych lub podjętych działaniach Wykonawca zobowiązany jest uwzględnić w raporcie, o którym mowa w pkt 5.
- 4.10. Wykonawca zobowiązuje się do zapewnienia Koordynatora na cały okres realizacji umowy. Jednocześnie Zamawiający określa minimalny zakres obowiązków dla Koordynatora:
- kompleksowy nadzór i realizacja całej umowy zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia,
 - odpowiedzialność za kontakty z Zamawiającym,
 - odpowiedzialność za sprawozdawczość i rozliczenia realizacji umowy (w tym nadzór nad przygotowaniem raportów miesięcznych i podsumowujących realizację umowy),
 - koordynacja realizacji działań określonych w harmonogramie, w tym bieżąca informacja o stanie prac do Zamawiającego,
 - odpowiedzialność za współpracę z podwykonawcami w tym za współpracę z mediami,
 - inne zadania wskazane przez Zamawiającego.
- 4.11. Wykonawca ponosi odpowiedzialność za działania swoich pracowników i pełnomocników.

5. Sprawozdawczość

- 5.1. Wykonawca będzie dostarczał Zamawiającemu comiesięczne raporty, o ile w danym miesiącu zostaną zrealizowane jakiegokolwiek materiały. Przez raport Zamawiający rozumie krótkie podsumowanie zrealizowanych przez Wykonawcę działań, uwzględniające m.in. liczbę zrealizowanych wysyłek, daty wysyłek, liczbę publikacji wysłanych tekstów w mediach, listę napisanych tekstów itp. W terminie do 3 dni roboczych od ostatniego dnia miesiąca Wykonawca prześle raport w formie elektronicznej na adresy e-mail wskazane przez Strony.
- 5.2. Raport będzie uwzględniał informacje wskazujące na wykonanie działań z harmonogramu.
- 5.3. Zamawiający może zgłosić swoje uwagi do raportu w terminie do 2 dni na adres e-mail ustalony pomiędzy Stronami. Wykonawca zobowiązany jest skorygować raport i ponownie przedstawić go Zamawiającemu w terminie do 2 dni. Zamawiający może dwukrotnie wносить uwagi do każdego raportu. Druga wersja raportu musi uwzględniać wszystkie uwagi Zamawiającego. Do akceptacji raportu uprawniony jest Dyrektor lub Zastępca Dyrektora Departamentu Komunikacji i Marketingu (Nadzorujący). Ostateczna akceptacja raportu nastąpi w formie pisemnej lub elektronicznej.
- 5.4. Raport zatwierdzony przez Zamawiającego (Nadzorującego) będzie podstawą do wystawienia faktury.
- 5.5. Wykonawca zobowiązuje się, do każdej wystawionej faktury, przedłożyć informację nt. zrealizowanych czynności wymienionych w pkt. 3, ppkt 3.1 lit. a-c i ich jednostkowych kosztów mając na uwadze miesięczną kwotę wskazaną w ofercie złożonej Zamawiającemu.

2 część Zamówienia

6. Zadania Wykonawcy

- 6.1. Do zadań Wykonawcy należeć będzie:
 - a) przygotowanie i prowadzenie dwóch rocznych mediaplanów, w tym negocjacje z mediami oraz zakup powierzchni w mediach. Mediaplan powinien zawierać rekomendację mediów zoptymalizowanych pod względem dopasowania do grup docelowych, zasięgu i efektywności kosztowej;
 - b) Zamawiający ma prawo do zlecenia aktualizacji medioplanu;
 - c) bieżące doradztwo w zakresie doboru mediów dla działań realizowanych lub współorganizowanych przez PARP;
 - d) negocjowanie cen oraz zakup powierzchni w prasie w celu zamieszczania np. publikacji informacyjnych, edukacyjnych, upowszechniających, promocyjnych lub reklamowych, które zostaną opracowane przez wydawcę tytułu prasowego we współpracy z przedstawicielem PARP lub dostarczone przez Zamawiającego.

Zamawiający będzie dostarczał treści merytoryczne jako wkład do publikacji informacyjnych, edukacyjnych, upowszechniających, promocyjnych lub reklamowych, natomiast wydawca tytułu prasowego będzie odpowiedzialny za opracowanie finalnej wersji publikacji.

Wykonawca będzie odpowiedzialny za koordynację prac po stronie wydawcy. Zamieszczane będą m.in. artykuły informacyjne, edukacyjne, upowszechniające, promocyjne i reklamowe, w tym wkładki do gazet, relacje z debat, reportaże, wywiady, ogłoszenia itd.;

- e) negocjowanie i zakup powierzchni na portalach i w serwisach internetowych o tematyce np. gospodarczej lub zbieżnej z poszczególnymi działaniami PARP, w celu zamieszczania m.in. publikacji informacyjnych, edukacyjnych, upowszechniających, promocyjnych lub reklamowych, które zostaną opracowane przez wydawcę portalu internetowego we współpracy z przedstawicielem PARP lub dostarczone przez Zamawiającego. Zamawiający będzie dostarczał treści merytoryczne jako wkład do publikacji informacyjnych, edukacyjnych, upowszechniających, promocyjnych lub reklamowych, natomiast wydawca portalu internetowego będzie odpowiedzialny za opracowanie finalnej wersji publikacji. Zamieszczane będą m.in. relacje z debat i wydarzeń, reportaże, wywiady, artykuły, cykle edukacyjne oraz newslettery;
- f) negocjowanie cen oraz zakup czasu antenowego w stacjach telewizyjnych, w programach lub pasmach programowych o tematyce np. gospodarczej lub zbieżnej z poszczególnymi działaniami PARP, w celu emisji audycji informacyjnych, edukacyjnych, promocyjnych lub reklamowych, które zostaną opracowane przez wydawcę we współpracy z przedstawicielem PARP lub dostarczone przez Zamawiającego. Zamawiający będzie dostarczał treści merytoryczne jako wkład do audycji informacyjnych, edukacyjnych, promocyjnych lub reklamowych, natomiast wydawca będzie odpowiedzialny za opracowanie finalnej wersji audycji. Audycje, takie jak relacje z debat i wydarzeń, reportaże, wywiady oraz filmy, będą udostępniane w miarę możliwości także w serwisach internetowych stacji, które posiadają taką formę dystrybucji treści;
- g) negocjowanie cen i zakup czasu antenowego w stacjach radiowych, w programach lub pasmach programowych o tematyce np. gospodarczej lub zbieżnej z poszczególnymi działaniami PARP, w celu emisji treści informacyjnych, edukacyjnych, promocyjnych lub reklamowych, które zostaną opracowane przez wydawcę we współpracy z przedstawicielem PARP lub dostarczone przez Zamawiającego. Zamawiający będzie dostarczał treści merytoryczne jako wkład do audycji informacyjnych, edukacyjnych, promocyjnych lub reklamowych, natomiast wydawca będzie odpowiedzialny za opracowanie finalnej wersji audycji. Audycje, takie jak relacje z debat i wydarzeń, reportaże oraz wywiady, będą mogły być zamieszczane jako podcasty w serwisach internetowych stacji, jeśli stacje posiadają taką formę dystrybucji treści;



Fundusze
Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



KRAJOWY
PLAN
ODBUDOWY

Dofinansowane przez Unię Europejską – NextGenerationEU

- h) rekomendowanie i/lub negocjowanie oraz nawiązywanie współpracy z osobami opiniotwórczymi (takimi jak influencerzy branżowi, edukacyjni, eksperci tematyczni, liderzy opinii, mikroinfluencerzy lokalni i regionalni, vlogerzy, podcasterzy oraz twórcy treści specjalistycznych) w celu realizacji działań informacyjnych, edukacyjnych, promocyjnych lub reklamowych za pośrednictwem aktywności realizowanej m.in. w social mediach oraz na blogach. Zamawiający może wskazać Wykonawcy osobę opiniotwórczą lub influencera, z którym chce nawiązać współpracę, bez konieczności prowadzenia negocjacji. Zamawiający planuje przeznaczyć maksymalnie 30 tys. zł brutto, wraz z marżą Wykonawcy, na realizację tego zadania. Zamawiający zastrzega sobie możliwość niewykorzystania opcji określonej w punkcie h;
 - i) organizowanie misji dziennikarskich, polegających na organizacji i koordynacji wyjazdów przedstawicieli mediów (np. dziennikarzy, blogerów, twórców treści) w celu przygotowania materiałów informacyjnych, edukacyjnych lub promocyjnych, w szczególności dotyczących działalności Zamawiającego, realizowanych przez niego projektów lub tematów objętych kampanią informacyjną. W ramach misji dziennikarskich Wykonawca zobowiązany będzie do zapewnienia kompleksowego wsparcia logistycznego, kontaktu z redakcjami, przygotowania agendy wyjazdu w tym programu merytorycznego dla uczestników oraz monitorowania efektów medialnych (co najmniej 6 publikacji w przestrzeni mediowej w 3 różnych tytułach). Misja dziennikarska do 3 dni z uwzględnieniem do 15 osób – w tym co najmniej 3 redakcje. Koszt powinien zawierać posiłki (1 posiłek pierwszego dnia, 2 posiłki drugiego dnia, 1 posiłek trzeciego dnia), do 2 noclegów. Misje będą odbywały się na terenie kraju;
 - j) pośrednictwo w kontaktach i umawianie cyklicznych spotkań z dziennikarzami, wydawcami, sprzedawcami powierzchni mediowych oraz beneficjentami.
- 6.2. Zamawiający zastrzega sobie możliwość realizacji zleceń w mediach zagranicznych, ale będą one stanowić sytuacje sporadyczne (maksymalnie 3 artykuły).
- 6.3. Wykonawca oświadcza, iż zgadza się, że umowa zostanie zrealizowana jedynie w zakresie zadań zleconych przez Zamawiającego i że nie wszystkie zamierzone zadania muszą zostać zlecone.

7. Realizacja

- 7.1. Realizacja zadań wymienionych w pkt 6.1. w podpunktach d–g będzie odbywać się w ramach poniższych założeń.
- 7.1.1.
- a) Zamawiający przekaze Wykonawcy materiały pomocnicze, które posłużą do przygotowania publikacji lub audycji informacyjnej, edukacyjnej, promocyjnej bądź reklamowej.

- b) Wykonawca w terminie 3 dni przedstawi Zamawiającemu propozycję tytułów prasowych, portali internetowych oraz stacji radiowych lub telewizyjnych, w których proponuje zamieścić publikacje lub audycje informacyjne, edukacyjne, upowszechniające, promocyjne lub reklamowe, wraz ze szczegółowym uzasadnieniem, jak poszczególne media odpowiadają potrzebom Zamawiającego w zakresie promocji wskazanego produktu. Uzasadnienie będzie obejmowało m.in. nazwy poszczególnych mediów, ich krótką charakterystykę, zasięg wśród grupy docelowej, uzasadnienie doboru poszczególnych tytułów i stacji w odniesieniu do grup docelowych oraz szacowany koszt publikacji artykułu lub emisji audycji. Wykonawca zobowiązuje się dołożyć wszelkich starań, aby koszt publikacji artykułu lub emisji audycji uwzględniał możliwie jak największy upust od cen katalogowych wydawcy. Każdorazowo w rekomendacji Wykonawca przedstawi ofertę cenową, jaką uzyskał. Jednocześnie Zamawiający zastrzega sobie możliwość żądania informacji dotyczących cen katalogowych wydawcy.
- c) Zamawiający może zweryfikować możliwość uzyskania upustu, kontaktując się bezpośrednio z wydawcą.
- d) Po zapoznaniu się z propozycją Wykonawcy Zamawiający w ciągu 2–3 dni podejmie decyzję o podjęciu lub odmowie współpracy z zaproponowanymi wydawcami. W przypadku rażącej różnicy między ceną zaproponowaną przez Wykonawcę a ceną zweryfikowaną u wydawcy, Wykonawca w ciągu 1 dnia zobowiązany jest przedstawić inną, tańszą ofertę. Zamawiający w ciągu 2 dni zaakceptuje lub odrzuci tę propozycję.
- e) Zamawiający przekaze Wykonawcy zleceniem listę mediów, z którymi należy nawiązać współpracę przy promocji wskazanego produktu.
- f) W przypadku braku akceptacji listy mediów zaproponowanych przez Wykonawcę, Zamawiający może wskazać Wykonawcy konkretne media (prasa, portale, radio, TV) do zamieszczenia publikacji lub audycji, przekazując jednocześnie treści merytoryczne, grupy docelowe oraz opis przekazu. Przed zleceniem Zamawiający ustala z wydawcą zakres, formę oraz koszt publikacji lub emisji. Zamawiający w zleceniu, o którym mowa w pkt 7.6. wskaże Wykonawcy konkretny tytuł prasowy lub/i portal internetowy, stację radiową lub telewizyjną, w którym chce zamieścić publikację lub audycję. Wykonawca na podstawie zlecenia nawiązuje kontakt z wydawcą zgodnie z wytycznymi Zamawiającego, który ma prawo wprowadzać zmiany do zleceń po konsultacji z Wykonawcą.
- g) Na podstawie zlecenia przesłanego w formie elektronicznej Wykonawca nawiąże kontakt ze wskazanym wydawcą i zrealizuje ofertę na publikację, emisję oraz opracowanie materiału, np. informacyjnego, edukacyjnego, upowszechniającego, promocyjnego lub reklamowego, zgodnie z wytycznymi przekazanymi przez Zamawiającego.



Fundusze
Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



KRAJOWY
PLAN
ODBUDOWY

Zamawiający ma prawo wprowadzać zmiany lub aktualizacje do każdego zlecenia, zarówno w zakresie terminów, mediów, tematów, jak i zakresu, przy czym każdorazowo będzie to omawiał z Wykonawcą.

- 7.2. Zamawiający zastrzega sobie możliwość odstąpienia od zlecenia wydawcy opracowania wybranych finalnych wersji publikacji i przekazania Wykonawcy własnej publikacji do zamieszczenia we wskazanym tytule prasowym lub na portalu internetowym.
- 7.3. Wykonawca będzie odpowiedzialny za koordynację wszystkich działań związanych z opracowaniem publikacji lub przygotowaniem audycji oraz za zakup powierzchni reklamowej w prasie i na portalach internetowych lub czasu antenowego w stacjach radiowych i telewizyjnych, w celu zamieszczenia publikacji lub emisji audycji. Wykonawca zobowiązany będzie do podpisania umowy lub umów z autorami zamawianych publikacji/audycji oraz z wydawcami poszczególnych tytułów prasowych, portali internetowych oraz stacji radiowych i telewizyjnych, na podstawie których Zamawiający będzie miał zapewnioną publikację (pojedynczą lub cykliczną) w wskazanych mediach. Ponadto Wykonawca będzie odpowiedzialny za dopełnienie wszelkich formalności wynikających z zawartych umów.
- 7.4. Realizacja zadania wymienionego w pkt 6.1. w podpunkcie h będzie odbywać się w ramach poniższych założeń.
 - 7.4.1.
 - a) Zamawiający przekaze Wykonawcy materiały pomocnicze, które posłużą do przygotowania realizacji;
 - b) Wykonawca w terminie 3 dni przedstawi Zamawiającemu propozycję co najmniej trzech osób opiniotwórczych (takimi jak influencerzy branżowi, edukacyjni, eksperci tematyczni, liderzy opinii, mikroinfluencerzy lokalni i regionalni, vloggerzy, podcasterzy oraz twórcy treści specjalistycznych) wraz ze szczegółowym uzasadnieniem ich doboru w odniesieniu do promocji wskazanego produktu, działania itp. Uzasadnienie będzie obejmowało m.in. nazwiska osób opiniotwórczych, krótką charakterystykę ich działalności, zasięg wśród grupy docelowej oraz szacowane koszty współpracy.
 - c) Po zapoznaniu się z propozycją Wykonawcy Zamawiający podejmie decyzję o podjęciu lub niepodjęciu współpracy z zaproponowanymi osobami w terminie do 2 dni. W przypadku odrzucenia propozycji Wykonawca zobowiązuje się w ciągu 1 dnia przedstawić inną ofertę. Zamawiający w ciągu 2 dni zaakceptuje lub odrzuci tę propozycję.
 - d) Zamawiający może wskazać Wykonawcy konkretną osobę opiniotwórczą (lub grupę osób) do współpracy, przekaze treści merytoryczne oraz wytyczne dotyczące grup docelowych i przekazu komunikacyjnego, a także ustali zakres, formę i budżet współpracy z osobą opiniotwórczą. Zamawiający w zleceniu, o którym mowa w pkt 7.6. wskaże Wykonawcy konkretną osobę opiniotwórczą (grupę osób), z którą chce nawiązać współpracę. Na podstawie zlecenia Wykonawca nawiąże kontakt i zrealizuje współpracę zgodnie z przekazanymi wytycznymi.



Fundusze
Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



KRAJOWY
PLAN
ODBUDOWY

- e) Na podstawie zlecenia przesłanego w formie elektronicznej Wykonawca nawiąże kontakt ze wskazaną osobą (lub osobami bądź grupą osób) i zrealizuje ofertę na publikację, emisję oraz opracowanie materiału, np. informacyjnego, edukacyjnego, promocyjnego lub reklamowego, zgodnie z wytycznymi przekazanymi przez Zamawiającego.
- 7.5. Wykonawca będzie odpowiedzialny za koordynację wszystkich działań mających na celu opracowanie materiału, np. informacyjnego, edukacyjnego, promocyjnego lub reklamowego, oraz jego realizację. Wykonawca zobowiązany będzie do podpisania umowy lub umów z osobą opiniotwórczą (lub osobami bądź grupą osób), na podstawie których Zamawiający uzyska zapewnienie publikacji lub emisji (pojedynczej lub cyklicznej) w określonych kanałach mediowych. Ponadto Wykonawca będzie odpowiedzialny za dopełnienie wszelkich formalności wynikających z zawartej umowy lub umów.
- 7.6. Zamawiający będzie przekazywać Wykonawcy zlecenia dotyczące opracowania i zamieszczenia publikacji lub audycji informacyjnych, upowszechniających, edukacyjnych, promocyjnych bądź reklamowych oraz nawiązania współpracy z osobą opiniotwórczą (osobami lub grupą osób) – pisemnie lub drogą elektroniczną na adres, który zostanie ustalony po zawarciu umowy między stronami. W zleceniu tym Zamawiający określi temat i objętość publikacji, dokładny termin zamieszczenia materiału oraz kwotę przeznaczoną na sfinansowanie danego zakupu. Zamawiający i Wykonawca mogą wspólnie ustalić inny termin realizacji zlecenia niż wskazany przez Zamawiającego, jeśli będzie to korzystne dla Zamawiającego lub wynikać będzie z przyczyn niezależnych od Zamawiającego.
- 7.7. Zlecenie opracowania i zamieszczenia publikacji lub audycji informacyjnych, edukacyjnych, promocyjnych bądź reklamowych oraz nawiązania współpracy z osobą opiniotwórczą (osobami lub grupą osób) będzie przekazywane Wykonawcy w terminie umożliwiającym zlecenie ich opracowania, w tym naniesienie ewentualnych zmian zgłoszonych przez Zamawiającego do projektu publikacji, audycji lub emisji.

8. Sprawozdawczość

- 8.1. Wykonawca po każdej publikacji materiału (np. w prasie, internecie, radiu lub telewizji) – a w przypadku zawarcia jednej umowy z wydawcą lub osobą opiniotwórczą na zamieszczenie kilku, cyklicznych publikacji/audycji/emisji, po zamieszczeniu wszystkich publikacji/audycji/emisji objętych umową lub po każdej jednostkowej publikacji – przedstawi Zamawiającemu raport zawierający informacje o danej publikacji/audycji/emisji lub publikacjach/audycjach/emisjach.
- 8.2. Raport, o którym mowa powyżej, będzie zawierał m.in. część opisową (w tym listę wykonanych zleceń) oraz część statystyczną związaną z realizacją zamówień. Każdy raport będzie zawierał szczegółowe informacje dotyczące realizacji poszczególnych zleceń.

8.2.1.

W przypadku publikacji w prasie, internecie lub emisji czasu antenowego w radio bądź telewizji – opis danego tytułu prasowego, portalu internetowego, stacji radiowej lub telewizyjnej (w tym informacje o dacie powstania, głównej tematyce, grupach docelowych, nakładzie, zasięgu, liczbie użytkowników itp.), dane dotyczące poszczególnych publikacji oraz informacje na temat efektywności zrealizowanego zlecenia (w przypadku tytułu prasowego – nakład wydania gazety, w której ukazał się artykuł; w przypadku publikacji internetowej – liczba unikalnych użytkowników i odsłon publikacji; a w przypadku stacji radiowej lub telewizyjnej – słuchalność lub oglądalność);

8.2.2.

W przypadku współpracy z osobą opiniotwórczą (osobami/grupą osób) – krótka charakterystyka osoby opiniotwórczej oraz opis publikowanych przez nią treści (w tym np. grupy docelowe, nakład, zasięg, liczba użytkowników, słuchalność, oglądalność itp.), dane dotyczące poszczególnych publikacji/emisji oraz informacje na temat efektywności zrealizowanego zlecenia (np. liczba unikalnych użytkowników i odsłon danej publikacji itp.).

- 8.3. Integralną częścią każdego raportu będą także odpowiednie linki, skany wydruków oraz egzemplarze drukowanych (jeśli dotyczy) oraz nagrania.
- 8.4. Raport zostanie przekazany Zamawiającemu w terminie do 10 dni od dnia zamieszczenia publikacji oraz realizacji wszystkich punktów zlecenia dotyczących tej publikacji. Jeżeli zlecenie składa się z kilku części (realizacji mediowych), raport może być sporządzany po realizacji każdej z nich, po wcześniejszym uzgodnieniu pomiędzy Zamawiającym a Wykonawcą. Wykonawca prześle raport w formie elektronicznej (format PDF oraz PowerPoint) na adresy ustalone przez strony. Zamawiający w terminie do 3 dni od dnia otrzymania raportu przyjmie go lub zgłosi do niego uwagi.
- 8.5. W przypadku braku akceptacji raportu Zamawiający poinformuje o tym Wykonawcę w formie elektronicznej na adres e-mail ustalony pomiędzy Stronami.
- 8.6. Wykonawca zobowiązany jest do przedłożenia poprawionego lub uzupełnionego raportu wraz z załącznikami (w całości lub w części, która nie została zaakceptowana przez Zamawiającego), zgodnie z wymaganiami Zamawiającego, nie później niż w ciągu 5 dni od otrzymania informacji o wskazanych przez Zamawiającego brakach lub nieprawidłowościach. Końcowa wersja raportu musi uwzględniać wszystkie uwagi Zamawiającego.
- 8.7. Do akceptacji raportu uprawniony jest Dyrektor lub Zastępca Dyrektora Departamentu Komunikacji i Marketingu (Nadzorujący). Ostateczna akceptacja raportu nastąpi w formie elektronicznej.
- 8.8. Zaakceptowany raport będzie stanowił podstawę do wystawienia faktury przez Wykonawcę.

- 8.9. Wykonawca na prośbę Zamawiającego przygotowuje zestawienia podsumowujące wskazany okres (maksymalnie 12-miesięczny) lub działanie/działania, uwzględniając publikacje w prasie, internecie, radiu, telewizji oraz współpracę z influencerami. Zestawienie musi zawierać dane dotyczące poszczególnych publikacji oraz informacje o efektywności zrealizowanych zleceń, w tym: w przypadku prasy tradycyjnej – nakład wydania gazety, w której ukazał się artykuł; w przypadku publikacji internetowych – liczbę unikalnych użytkowników i odsłon; a w przypadku stacji radiowych/telewizyjnych – słuchalność lub oglądalność. W odniesieniu do współpracy z osobami opiniotwórczymi zestawienie powinno zawierać dane dotyczące poszczególnych publikacji/emisji oraz informacje o efektywności zlecenia, np. liczbę unikalnych użytkowników i odsłon danej publikacji.

9. Ogólne obowiązki i zasady współpracy

- 9.1. Wykonawca zobowiązany jest do ścisłej współpracy z Zamawiającym na każdym etapie realizacji zamówienia. W przypadku realizacji zamówienia przez dwóch odrębnych Wykonawców (1 część zamówienia realizuje jeden Wykonawca, a 2 część – drugi Wykonawca), Zamawiający wymaga, aby strony współpracowały ze sobą w zakresie realizowanych działań, zwłaszcza gdy elementy (projekty) obu części zamówienia na siebie oddziałują lub są ze sobą powiązane.
- 9.2. Zasady współpracy pomiędzy Zamawiającym a Wykonawcą/Wykonawcami (w tym sposób kontaktu, przekazywania informacji i dokumentów oraz tryb spotkań) zostaną ustalone po zawarciu umowy.
- 9.3. Pierwsze spotkanie odbędzie się niezwłocznie po zawarciu umowy, nie później niż w ciągu 2 dni od jej zawarcia. Spotkanie odbędzie się z udziałem Koordynatora/Koordynatorów wyznaczonych przez Wykonawcę/Wykonawców.
- 9.4. W ramach realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca/Wykonawcy będzie zobowiązany do odbywania spotkań z Zamawiającym (online i/lub bezpośrednich) jeden lub dwa razy w tygodniu.
- 9.5. Wykonawca/Wykonawcy zobowiązani są do realizacji zadań zgodnie z wymogami Zamawiającego wskazanymi w dokumentacji zamówienia oraz ustaleniami podjętymi wspólnie z Zamawiającym na każdym etapie realizacji zamówienia. Ponadto Wykonawca/Wykonawcy są zobowiązani do oznakowania produktów umowy (np. informacji prasowych, artykułów, reklam itp.) logotypami związanymi m.in. z finansowaniem i dystrybuowaniem środków z UE.
- 9.6. Wykonawca będzie odpowiedzialny za koordynację wszystkich działań wchodzących w skład umowy. Koordynacja, zgodnie z rozumieniem Zamawiającego, obejmuje każdorazowe nawiązanie kontaktu z podwykonawcą lub innym podmiotem oraz dopełnienie wszelkich formalności.
- 9.7. Wykonawca zobowiązuje się do realizacji przedmiotu umowy z należytą starannością oraz według najlepszej wiedzy i umiejętności, tak aby zapewnić jej prawidłowe wykonanie.

- 9.8. W trakcie realizacji zamówienia Wykonawca zobowiązany jest do: realizowania przedmiotu zamówienia zgodnie z [Wytyczne dotyczące realizacji zasad równościowych w ramach funduszy unijnych na lata 2021-2027](#) w zakresie materiałów pisanych. Ponadto Wykonawca zobowiązany jest do stosowania zapisów zawartych w rozporządzeniu o interoperacyjności <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20170002247/O/D20172247.pdf>
- 9.9. Wszystkie rozwiązania zaproponowane przez Wykonawcę muszą być dostępne dla osób z niepełnosprawnościami i spełniać wymagania standardu WCAG.
- 9.10. Wykonawca jest zobowiązany do niezwłocznego przekazania na zlecenie Zamawiającego (w celach archiwalnych, dowodowych i promocyjnych), zarówno w formie papierowej, jak i elektronicznej, wszystkich produktów wytworzonych w trakcie realizacji projektu finansowanego ze środków UE (takich jak kopie opracowanych artykułów, informacji prasowych itp.), zgodnie z zasadami sprawozdawczości oraz wytycznymi Zamawiającego opisanymi w OPZ.
- 9.11. Wykonawca zobowiązuje się do zapewnienia Koordynatora na cały okres realizacji umowy. Jednocześnie Zamawiający określa minimalny zakres obowiązków Koordynatora:
- kompleksowy nadzór i realizacja całej umowy zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia,
 - odpowiedzialność za kontakty z Zamawiającym,
 - odpowiedzialność za sprawozdawczość i rozliczenia realizacji umowy (w tym nadzór nad przygotowaniem raportów miesięcznych oraz podsumowujących realizację umowy),
 - koordynacja realizacji działań określonych w harmonogramie, w tym bieżące informowanie Zamawiającego o stanie prac,
 - odpowiedzialność za współpracę z podwykonawcami, w tym za współpracę z mediami,
 - inne zadania wskazane przez Zamawiającego.
- 9.12. Dotyczy części 1: Wykonawca będzie dysponował dwoma ekspertami do pisania tekstów (wywiadów/relacji) przez cały okres realizacji umowy. Do ich zadań będzie należało merytoryczne opracowywanie tekstów, zgodnie z zakresem zadań Wykonawcy. Dotyczy części 2: Wykonawca dysponować będzie Ekspertem w zakresie przygotowania i prowadzenia mediaplanów przez cały okres realizacji umowy. Do zadań Eksperta będzie należała bieżąca realizacja poszczególnych zleceń, w tym kontakty z mediami oraz raportowanie do Koordynatora.
- 9.13. Wykonawca ponosi odpowiedzialność za działania swoich pracowników i pełnomocników.