

Modernizacja segmentu mechanicznego przetwarzania ZUOK w Olsztynie

CZĘŚĆ III: OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiot zamówienia:

Przeprowadzenie kampanii informacyjno-edukacyjnej w związku z realizacją projektu „Modernizacja mechanicznego segmentu przetwarzania ZUOK w Olsztynie”

Numer referencyjny nadany sprawie przez Zamawiającego: ZGOK/PN/18/2019

Przedmiotem zamówienia jest przeprowadzenie kampanii informacyjno-edukacyjnej w związku z realizacją projektu pn. „Modernizacja mechanicznego segmentu przetwarzania ZUOK w Olsztynie” współfinansowanego ze środków Regionalnego Programu Operacyjnego Warmia i Mazury 2014-2020 (dalej: RPO WiM).

I. Cel kampanii

Celem kampanii jest poszerzenie świadomości ekologicznej mieszkańców Regionu Centralnego województwa warmińsko-mazurskiego oraz zachęcenie do prowadzenia efektywniejszej selektywnej zbiórki odpadów. Istotnym aspektem kampanii jest przedstawienie korzyści ekonomicznych i ekologicznych wynikających z selektywnej zbiórki odpadów – m.in. zwrócenie uwagi na fakt, że zagospodarowanie odpadów zebranych selektywnie jest znacznie tańsze od zagospodarowania odpadów komunalnych zmieszanych, jak również podkreślenie wpływu systemu zagospodarowania odpadów na tereny Warmii i Mazur oraz ich wyjątkowe walory krajobrazowe.

II. Koncepcja kampanii

Do zadań Wykonawcy należy przygotowanie tzw. kreacji kampanii, która powinna odnosić się do wszystkich zadań Wykonawcy przewidzianych w kampanii. Ostateczna wersja kreacji powstanie na podstawie „Wstępnej koncepcji kampanii” z uwzględnieniem uwag Zamawiającego. „Wstępna koncepcja kampanii” stanowi część oferty i podlega ocenie przez Zamawiającego. Wszystkie koszty związane z przygotowaniem oferty ponosi Wykonawca.

Koncepcja kampanii powinna charakteryzować się zrozumiałością przekazu, kreatywnością, oryginalnością strategii działań kampanii, dopasowaniem działań i narzędzi do grupy docelowej. **Koncepcja kampanii w wersji ostatecznej powstanie w ciągu 7 dni kalendarzowych od dnia zawarcia umowy.**

III. Grupa docelowa

Do grupy docelowej kampanii należą mieszkańcy 37 gmin (ponad 500 tys. osób) z Regionu Centralnego województwa warmińsko-mazurskiego, będących współwłaścicielami Zakładu Gospodarki Odpadami Komunalnymi Sp. z o.o. (dalej: ZGOK). Ogólny podział grupy docelowej określa się na: a) osoby dorosłe, b) dzieci i młodzież szkolna. Do celów planowania działań kampanii w mediach w odniesieniu do poszczególnych grup docelowych Wykonawca zobowiązany jest zastosować następujące narzędzia: tv, radio oraz prasę (o zasięgu regionalnym), a także internet.

Kampania medialna ma prezentować również właściwe, związane z segregowaniem odpadów, postępowanie mieszkańców, samorządowców, administratorów budynków, mieszkających na terenie 37 gmin współpracujących ze Spółką ZGOK.

Lista współników/współwłaścicieli ZGOK-u w kolejności alfabetycznej:

1. Barczewo: <http://www.barczewo.bip.net.pl/>
2. Bartoszyce Gmina: <http://bip.gmina-bartoszyce.pl/>
3. Bartoszyce Miasto: <http://bip.bartoszyce.pl/>
4. Biskupiec: <http://www.bip.biskupiec.pl/>
5. Dobre Miasto: <http://bip.dobremiasto.com.pl/>
6. Dywity: <http://bip.ugdywity.pl/>
7. Dźwierzuty: <http://bip.gminadzwierzuty.pl/>
8. Gietrzwałd: <http://www.gietrzwald.bip.net.pl/>
9. Górowo Iławeckie Gmina: <http://gorowoil-ug.bip-wm.pl/public/#>
10. Górowo Iławeckie Miasto: <http://gorowoil-um.bip-wm.pl/public/>
11. Jedwabno: <https://bip.jedwabno.pl/>
12. Jeziorany: <http://bip.jeziorany.nowoczesnagmina.pl/>
13. Kiwity: <https://bipkiwity.warmia.mazury.pl/>
14. Kolno: <https://www.bip.gov.pl/subjects/15301,Urz%C4%85d+Gminy+Kolno.html>
15. Korsze: <https://bip.korsze.pl/>
16. Lidzbark Warmiński Gmina: <https://biplidzbark.warmia.mazury.pl/>
17. Lidzbark Warmiński Miasto: <http://lidzbarkw-um.bip-wm.pl/public/>
18. Lubomino: <http://bip.lubomino.tensoft.pl/>
19. Mikołajki: <http://www.bip.mikolajki.pl/>

20. Mrągowo Gmina: <https://bipgmmragowo.warmia.mazury.pl/>
21. Mrągowo Miasto: <https://bipmragowo.warmia.mazury.pl/>
22. Olsztyn: <http://bip.olsztyn.eu/>
23. Orneta: <http://orneta-umiq.bip-wm.pl/public/>
24. Pasym: <http://pasym.pl/855,BIP.html>
25. Piecki: <http://bip.piecki.com.pl/>
26. Pisz: <http://bip.pisz.hi.pl/>
27. Purda: <https://bip.purda.pl/>
28. Rozogi: <https://rozogi.bipgmina.pl/>
29. Ruciane-Nida: <http://bip.ruciane-nida.pl/>
30. Sępólno: <https://bipsepopol.warmia.mazury.pl/>
31. Sorkwity: <http://bip.gminasorkwity.pl/>
32. Stawiguda: <http://bip.stawiguda.pl/>
33. Szczytno Gmina: <http://bip.ug.szczytno.pl/>
34. Szczytno Miasto: <http://bip.um.szczytno.pl/public/>
35. Świątki: <http://www.bip.swiatki.nowoczesnagmina.pl/>
36. Świątajno: <http://bip.swietajno.ug.gov.pl/>
37. Wielbark: <http://wielbark-ug.bip-wm.pl/public/>

IV. Zasięg kampanii

Kampania ma objąć zasięgiem 37 gmin (patrz pkt III Grupa docelowa) Regionu Centralnego województwa warmińsko-mazurskiego (tv, radio, prasa, internet). Dopuszcza się przekroczenie ww. zasięgu kampanii (w trakcie emisji materiałów) na teren województwa warmińsko-mazurskiego, pod warunkiem, że cel kampanii, którym jest zwiększenie wśród mieszkańców Regionu Centralnego Warmii i Mazur świadomości ekologicznej w zakresie selektywnej zbiórki odpadów, zostanie zrealizowany.

V. Ogólne wytyczne

1. Wykonawca w terminie 4 dni kalendarzowych od dnia zawarcia umowy przedstawi Zamawiającemu szczegółowy harmonogram realizacji działań. Harmonogram podlega weryfikacji i wymaga akceptacji przez Zamawiającego (po wprowadzeniu ewentualnych korekt).
2. Zamawiający nie dopuszcza takich działań, w których podawana będzie jakakolwiek nazwa podmiotu trzeciego (nazw firm, itp.) lub możliwa byłaby ich identyfikacja.

3. Wykorzystane w ramach kampanii zdjęcia do spotów, filmów i grafiki powinny pokazywać rzeczywistość i być wykonane w Regionie Centralnym województwa warmińsko-mazurskiego (przy zgodzie Zamawiającego może być odstępianie od tej zasady – akceptacja drogą mailową).
4. Wszelkie elementy wytworzone, zostaną przekazane Zamawiającemu na nośnikach umożliwiających ich odtwarzanie, powielanie oraz archiwizację.
5. Wykonawca wykorzysta w materiałach logotypy, znaki towarowe, nazwy etc. wskazane przez Zamawiającego.
6. Dla zapewnienia właściwego tempa realizacji prac objętych przedmiotem zamówienia Strona zobowiązuje się na bieżąco przekazywać drogą elektroniczną informacje i wyjaśnienia w zakresie niezbędnym dla prawidłowego i terminowego wykonania przedmiotu zamówienia.
7. W materiałach musi być zawarty adres strony internetowej Zamawiającego (zgok.olsztyn.pl).
8. Wszystkie wytworzone przez Wykonawcę materiały graficzne, filmowe, dźwiękowe, tekstowe muszą zostać oznaczone (wizualnie lub audialnie, lub graficznie) zgodnie z zasadami wynikającymi z wytycznych w zakresie promocji projektów realizowanych w ramach RPO WiM 2014-2020 (patrz: Załącznik nr 1 do niniejszego OPZ).
9. Wszystkie koncepcje, scenariusze dotyczące materiałów muszą przed procesem produkcji uzyskać pisemną akceptację Zamawiającego.

VI. Zadania wykonawcy

1. Materiały/programy telewizyjne (opracowanie, wykonanie, emisja)

Materiały telewizyjne mają przede wszystkim prezentować zasady poprawnego prowadzenia selektywnej zbiórki odpadów i przedstawiać korzyści ekologiczne oraz ekonomiczne wynikające z prawidłowej segregacji odpadów w Regionie Centralnym województwa warmińsko-mazurskiego, czyli w obszarze działania systemu gospodarowania odpadami obsługiwanego przez ZGOK (37 gmin). W programach powinni wziąć udział reprezentanci ZGOK-u, ale również przedstawiciele gmin, mieszkańcy. Materiały powinni zawierać elementy animacji i/lub infografiki. Wykonanie materiałów w formacie telewizyjnym, jak również w formacie umożliwiającym udostępnienie w social mediach. Emisja na antenie TVP3 Olsztyn - premiera oraz dwie powtórki (w czasie emisji zaaprobowanym przez

Zamawiającego). Publikacja również na portalach społecznościowych, na stronach urzędów gmin wspólników Zamawiającego, a także na stronie Zamawiającego.

Czas trwania: 5 minut

Liczba audycji: 3.

2. Spoty Radiowe (opracowanie, wykonanie, emisja)

Spoty mają w przystępny sposób podpowiadać/uczyć, jak prawidłowo segregować odpady i jakie korzyści odnoszą z tego gminy oraz mieszkańcy. Spoty powinny zakończyć się nośnym hasłem, które słuchacz zapamięta. Emisja na antenie stacji radiowej o zasięgu regionalnym na Warmii i Mazurach, w różnych czasach antenowych, dwa razy w ciągu każdego dnia kampanii.

Czas trwania: 30 sekund

Liczba emisji: 60.

3. Spoty Telewizyjne (opracowanie, wykonanie, emisja)

Emisja spotów na antenie TVP3 Olsztyn w różnych czasach antenowych, codziennie podczas trwania kampanii.

Podobnie jak w odniesieniu do spotów radiowych – spoty telewizyjne powinny prezentować w przystępny sposób, jak prawidłowo segregować odpady i jakie korzyści odnoszą z tego gminy oraz mieszkańcy. Spoty powinny zakończyć się nośnym hasłem, które słuchacz zapamięta.

Czas trwania: 20 sekund.

Liczba emisji: 30.

4. Audycje Radiowe (opracowanie, wykonanie, emisja)

Krótkie, 5-minutowe audycje na antenie stacji radiowej o zasięgu regionalnym na Warmii i Mazurach z udziałem zaproszonych gości. Rozmowa, poprzedzona jinglem, na temat odpadów, ich zagospodarowania, recyklingu, segregacji itp. Emisja audycji raz w tygodniu w porze najlepszej słuchalności poprzedzona spotem promującym. W programie mogą wziąć udział przedstawiciele miast i gmin, z którymi ZGOK współpracuje.

Liczba audycji: 4

Czas trwania: 5 minut.

5. Prasa Lokalna

Opracowanie i opublikowanie 4 artykułów informacyjno-edukacyjnych (jeden artykuł w każdym tygodniu trwania kampanii) z zakresu selektywnej zbiórki odpadów. Publikacja w prasie lokalnej o zasięgu regionalnym (strona redakcyjna prawa, min. 3 tys. znaków plus zdjęcie lub ½ strony plus zdjęcie) oraz na stronach internetowych i social mediach należących do danego tytułu prasowego.

6. Ulotki/informatory, gadżety (zaprojektowanie, wykonanie, dostawa do siedziby Zamawiającego)

- ulotki/informatory (magnesy, plany lekcji, naklejki).

Magnesy (giętkie) – wymiary: 11x22 cm. Plany lekcji, naklejki – wymiary: 15x20 cm. Materiały te muszą zawierać schemat przedstawiający system segregacji odpadów. Plany lekcji – z jednej strony powinny zawierać schemat systemu segregacji odpadów, z drugiej strony plan lekcji (papier kredowy matowy, druk dwustronny 4+4, gramatura 300g).

- gadżety (długopisy z makulatury).

Wzór schematu segregacji surowców dostarczy Zamawiający po podpisaniu umowy. Materiały muszą zawierać logo ZGOK oraz znaki zgodne z zasadami wynikającymi z wytycznych w zakresie promocji projektów realizowanych w ramach RPO WiM 2014-2020 (patrz: Załącznik nr 1 do niniejszego OPZ).

Liczba: 10 tys. egz. magnesów, 5 tys. planów lekcji, 5 tys. naklejek, 5 tys. długopisów.

7. Prezentacje multimedialne

Produkcja 4 prezentacji multimedialnych (dotyczących prawidłowego segregowania odpadów oraz korzyści, jakie daje selektywna zbiórka odpadów) w formie storytellingu z przeznaczeniem dla osób z następujących kat. wiekowych:

1. 6-8 lat;
2. 9-12 lat;
3. 13-17 lat;

4. powyżej 18 lat.

8. Film

Produkcja 10-minutowego filmu (w formacie telewizyjnym, a także w formacie umożliwiającym publikację w social mediach), pokazującego funkcjonowanie i rozwój Zakładu Gospodarki Odpadami Komunalnymi Sp. z o.o. w Olsztynie.

Załącznik nr 1:

Obowiązki informacyjne beneficjenta realizującego projekty w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Warmińsko-Mazurskiego na lata 2014-2020