

Modernizacja instalacji mechaniczno-biologicznego przetwarzania odpadów w Olsztynie

CZĘŚĆ III: OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Przedmiot zamówienia:

Emisja edukacyjnych spotów radiowych i telewizyjnych oraz przygotowanie i opublikowanie artykułów w ramach kampanii informacyjno-edukacyjnej projektu „Modernizacja instalacji mechaniczno-biologicznego przetwarzania odpadów w Olsztynie”

Numer referencyjny nadany sprawie przez Zamawiającego: ZGOK/PN/64/2020

Przedmiotem zamówienia jest emisja spotów radiowych, spotów telewizyjnych (Zamawiający dysponuje spotami radiowym i telewizyjnym, które mają podlegać emisji) oraz przygotowanie/napisanie i opublikowanie artykułów prasowych dotyczących gospodarki odpadami ze szczególnym uwzględnieniem selektywnej zbiórki odpadów komunalnych w związku z realizacją kampanii w ramach projektu „Modernizacja mechanicznego segmentu przetwarzania ZUOK w Olsztynie” współfinansowanego ze środków Regionalnego Programu Operacyjnego Warmia i Mazury 2014-2020 (dalej: RPO WiM).

I. Cel działania

Emisja spotów radiowych, spotów telewizyjnych oraz przygotowanie i opublikowanie artykułów prasowych dotyczących gospodarki odpadami ze szczególnym uwzględnieniem selektywnej zbiórki odpadów komunalnych jest częścią kampanii informacyjno-edukacyjnej prowadzonej przez Zakład Gospodarki Odpadami Komunalnymi Sp. z o.o. w Olsztynie (dalej ZGOK) w ramach projektu „Modernizacja mechanicznego segmentu przetwarzania ZUOK w Olsztynie”. Celem kampanii jest poszerzenie świadomości ekologicznej mieszkańców Regionu Centralnego województwa warmińsko-mazurskiego oraz zachęcenie do prowadzenia efektywnej selektywnej zbiórki odpadów. Istotnym aspektem kampanii jest przedstawienie w artykułach prasowych 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.

II. Koncepcja kampanii

Do zadań Wykonawcy należy przygotowanie „Wstępnej koncepcji artykułów prasowych”, a także harmonogram emisji spotów w wybranych stacjach radiowych i telewizyjnych oraz publikacji artykułów prasowych. „Wstępna koncepcja artykułów prasowych” i harmonogram zostaną

przygotowane przez Wykonawcę i przedstawione Zamawiającemu w formie pisemnej, przekazane drogą elektroniczną w terminie 7 dni kalendarzowych od daty podpisania umowy. Ww. dokumenty podlegają akceptacji Zamawiającego, Wykonawca jest zobowiązany do uwzględniania uwag Zamawiającego. Koncepcja artykułów powinna charakteryzować się zrozumiałością przekazu, kreatywnością, zbieżnością z tematem przewodnim, czyli selektywną zbiórką odpadów komunalnych. Wykonawca przedstawi również do akceptacji Zamawiającego każdy z artykułów przeznaczonych do publikacji.

III. Grupa docelowa

Do grupy docelowej kampanii należą mieszkańcy 37 gmin (ponad 500 tys. osób) województwa warmińsko-mazurskiego, będących współwłaścicielami Spółki ZGOK (wykaz gmin poniżej). Do celów kampanii w mediach Wykonawca zobowiązany jest zastosować następujące narzędzia: tv, radio oraz prasę (o zasięgu regionalnym), a także Internet (w przypadku artykułów prasowych oraz ewentualnej emisji spotów w telewizji internetowej).

Lista gmin współwłaścicieli Spółki ZGOK 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 Iławecki 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-umig.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). Dopuszcza się przekroczenie ww. zasięgu kampanii (w trakcie emisji materiałów) na teren całego województwa warmińsko-mazurskiego, pod warunkiem, że zostanie zachowany cel kampanii, którym jest zwiększenie świadomości ekologicznej wśród mieszkańców ww. 37 gmin w zakresie selektywnej zbiórki odpadów komunalnych.

V. Ogólne wytyczne

1. Wykonawca w terminie 7 dni kalendarzowych od dnia zawarcia umowy przedstawi Zamawiającemu szczegółowy harmonogram emisji spotów w wybranych stacjach radiowych i telewizyjnych oraz publikacji artykułów prasowych. 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 artykułów powinny pokazywać rzeczywistość i być wykonane na terenie ww. 37 gmin województwa warmińsko-mazurskiego (przy zgodzie Zamawiającego może być odstępianie od tej zasady – akceptacja drogą e-mailową).
4. Artykuły zostaną przekazane Zamawiającemu na nośnikach umożliwiających ich odtwarzanie, powielanie oraz archiwizację.
5. Wykonawca wykorzysta w artykułach logotypy, znaki towarowe, nazwy etc. wskazane przez Zamawiającego.
6. Dla zapewnienia właściwego tempa realizacji prac objętych przedmiotem zamówienia Strony zobowiązują się na bieżąco przekazywać drogą elektroniczną informacje i wyjaśnienia w zakresie niezbędnym dla prawidłowego i terminowego wykonania przedmiotu zamówienia.
7. W artykułach musi być zawarty adres strony internetowej Zamawiającego (zgok.olsztyn.pl).

8. Przygotowane przez Wykonawcę artykuły muszą zostać oznaczone 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. Koncepcje dotyczące artykułów muszą przed opublikowaniem uzyskać pisemną akceptację Zamawiającego (akceptacja drogą e-mailową).

10. Emisja spotów radiowych i telewizyjnych ma trwać trzy tygodnie (bez przerw) i powinna rozpocząć się 12 października 2020 roku. Artykuły powinny zostać opublikowane w ciągu trzech tygodni (jeden artykuł tygodniowo) w tym samym okresie, w którym nastąpi emisja spotów. Zamawiający dopuszcza zmianę terminu emisji spotów i publikacji artykułów ze względu na przedłużającą się procedurę przetargową oraz zmianę terminu przeprowadzenia szkoleń wśród urzędników i nauczycieli 37 gmin, które stanowią przedmiot odrębnego postępowania (postępowanie nr ZGOK/PN/50/2020).

VI. Zadania wykonawcy

1. Spoty Radiowe (emisja)

Wykonawca otrzyma od Zamawiającego spot radiowy przygotowany do emisji w formacie MP3. Wykonawca w porozumieniu ze stacją radiową powinien dostosować format spotu do emisji. Emisja powinna nastąpić na antenie stacji radiowej o zasięgu regionalnym na Warmii i Mazurach, obejmującej zasięgiem co najmniej obszar 37 gmin województwa warmińsko-mazurskiego (obszar 37 gmin wskazany w Rozdziale III niniejszego OPZ), w różnych czasach antenowych (w godz. 7-17), codziennie w ciągu trzech tygodni.

Czas trwania spotu: 30 sekund

Liczba emisji: 60.

2. Spoty Telewizyjne (emisja)

Wykonawca otrzyma od Zamawiającego spot telewizyjny przygotowany do emisji w formacie MP4. Wykonawca w porozumieniu ze stacją telewizyjną powinien dostosować format spotu do emisji. Emisja powinna nastąpić na antenie stacji telewizyjnej, o zasięgu regionalnym na Warmii i Mazurach, obejmującej zasięgiem co najmniej obszar 37 gmin województwa warmińsko-mazurskiego (obszar 37 gmin wskazany w Rozdziale III niniejszego OPZ), w różnych czasach antenowych (także w tzw. prime time), codziennie w ciągu trzech tygodni. Zamawiający dopuszcza możliwość podziału emisji spotów w stosunku 30 do 10 w ten sposób, że 10 emisji może zostać zrealizowanych w telewizji działającej wyłącznie w internecie.

Czas trwania spotu: 30 sekund.

Liczba emisji: 40.

3. Artykuły prasowe (przygotowanie/napisanie, opublikowanie)

Opracowanie i opublikowanie 3 artykułów informacyjno-edukacyjnych (jeden artykuł tygodniowo) z zakresu gospodarki odpadami komunalnymi ze szczególnym uwzględnieniem 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 w social mediach należących do danego tytułu prasowego.

Załącznik nr 1:

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