

Załącznik nr 1 do Uchwały
Zarządu Województwa Opolskiego
Nr 6868/2022
z dnia 20 kwietnia 2022 r.



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejskie Fundusze
Strukturalne i Inwestycyjne



Projekt współfinansowany jest przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego oraz środków budżetu województwa opolskiego w ramach pomocy technicznej Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Opolskiego na lata 2014-2020.

Sfinansowano w ramach reakcji Unii na pandemię COVID-19

Opis przedmiotu zamówienia

Kampania promocyjna RPO WO 2014-2020

1. Informacje o RPO WO 2014-2020

Regionalny Program Operacyjny Województwa Opolskiego na lata 2014-2020 (RPO WO 2014-2020) jest to kompleksowy program wspierający rozwój regionu, współfinansowany z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (EFRR) oraz Europejskiego Funduszu Społecznego (EFS). Działania możliwe do realizacji w ramach poszczególnych osi priorytetowych RPO WO 2014-2020 są opisane na stronie: <https://rpo.opolskie.pl/?p=118>.

Obecnie program jest w końcowej fazie realizacji – z jego środków realizowanych bądź zrealizowanych jest ponad 1700 projektów. Pod linkiem <https://rpo.opolskie.pl/?p=98> można zapoznać się szczegółowo z zakresem udzielonych dotacji, w tym przykładami projektów realizowanymi w ramach programu.

Podstawowymi źródłami informacji dot. realizacji programu, aktualności, komunikatów dla beneficjentów/ potencjalnych beneficjentów/ uczestników projektów/ odbiorców rezultatów itp. są:

- <https://rpo.opolskie.pl/>
- <https://www.opolskie.pl/>
- <https://www.facebook.com/EuropejskieOpolskie>
- <https://www.facebook.com/opolskie/>

W związku z przełomem dwóch perspektyw finansowych Zamawiający zastrzega też możliwość zmiany adresów stron internetowych, które wykonawca będzie musiał dostosować do sprawnego prowadzenia działań w ramach kampanii.

Zapis dot. przedmiotowych zmian w tym zakresie znajduje się w PPU- zał. do SWZ.

2. Informacje o kampanii

Główne założenia realizacji kampanii:

- kompleksowe podsumowanie efektów wdrażania RPO WO 2014-2020,
- prezentacja efektów RPO WO 2014-2020 przez podkreślenie korzyści płynących dla każdego mieszkańca województwa opolskiego m. in. poprzez zapoznanie odbiorców przekazu z konkretnymi osiągnięciami (produktami/ usługami/ infrastrukturą), z której mogą korzystać w codziennym życiu lub które pośrednio przekładają się na jakość ich życia.
- przedstawienie województwa opolskiego jako europejskiego regionu,
- wykorzystywanie w kampanii hasła: Europejskie Opolskie,
- podkreślenie kluczowego znaczenia wpływu Funduszy Europejskich na rozwój województwa opolskiego.

Ponadto w ramach kampanii zostanie również ujęta informacja o efektach wykorzystania europejskich mechanizmów przeciwdziałania kryzysowi wywołanemu pandemią Covid-19 w ramach RPO WO 2014-2020 (REACT-EU). Ze względu na fakt, iż kampania realizowana jest w 2022 roku dodatkowo w jej ramach zostanie przedstawiona zapowiedź o możliwości wsparcia przedsięwzięć Funduszami Europejskimi w ramach budżetu UE na okres 2021-2027.

Główny komunikat kampanii

Fundusze Europejskie zwiększają możliwości i poprawiają jakość życia mieszkańców województwa opolskiego.

Cel kampanii

Podniesienie poziomu świadomości społeczeństwa na temat:

- różnorodności obszarów wspieranych z Funduszy Europejskich w ramach RPO WO 2014-2020,
- widoczności efektów wdrażania Funduszy Europejskich w ramach RPO WO 2014-2020 w najbliższym otoczeniu,
- wpływu Funduszy Europejskich w ramach RPO WO 2014-2020 na rozwój województwa opolskiego,
- nowego programu Fundusze Europejskie dla Opolskiego 2021-2027,

- efektów wykorzystania europejskich mechanizmów przeciwdziałania kryzysowi wywołanemu pandemią Covid-19 w ramach RPO WO 2014-2020 (REACT-EU).

Grupa docelowa

W ramach kampanii chcemy rozpowszechnić informacje o efektach realizacji RPO WO 2014-2020 wśród ogółu społeczeństwa, w tym mieszkańców województwa opolskiego, odbiorcy rezultatów realizacji projektów w ramach RPO WO 2014-2020.

Zasięg kampanii

Województwo opolskie. Zgodnie ze *Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020*: „Narzędzia komunikacji stosowane przez dany podmiot powinny odpowiadać zasięgowi promowanego działania lub projektu, np. (...) instytucja zarządzająca programem regionalnym powinna komunikować za pośrednictwem mediów o zasięgu regionalnym lub lokalnym”.

Czas trwania kampanii

Do 7 dni od zawarcia umowy Wykonawca w porozumieniu z Zamawiającymi ustali szczegółowy harmonogram opracowania narzędzi i emisji kampanii.

Harmonogram musi zakładać maks. okres trwania kampanii **do 18 listopada 2022 r.**

Harmonogram może ulec zmianie w trakcie trwania kampanii. Każdorazowa zmiana harmonogramu wymaga akceptacji Zamawiającego.

Za zakończenie kampanii uważa się przekazanie raportu z badania skuteczności, które musi mieć miejsce maks. do 30 listopada 2022 r.

Termin przekazania raportu z badania skuteczności może ulec zmianie jednak nie może przekroczyć daty 15 grudnia 2022 r. Każdorazowa zmiana daty przekazania raportu z badania skuteczności wymaga akceptacji Zamawiającego. Termin zakończenia realizacji kampanii tj. emisja narzędzi oraz wykonanie badania skuteczności nie może być późniejszy niż 15 grudnia 2022 r.

Uzasadnienie:

Ww. terminy określone datami wynikają z przyjętego przez Zarząd Województwa Opolskiego uchwałą nr 5616/2021 z 4 października 2021 r. Roczno planu działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2022 dla Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Opolskiego na lata 2014-2020, który określa szczegółowy opis działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu. Wg. powyższego Kampania promocyjna dot. efektów RPO WO 2014-2020 oraz założeń perspektywy 2021-2027 określa konkretny termin realizacji tj. II-IV kwartał 2022 r.

Takie określenie terminu realizacji za pomocą konkretnej daty jest obiektywne uzasadnione gdyż dotyczy projektu o ograniczonym okresie finansowania ze środków UE. Jest to przyczyna obiektywnie uzasadniona.

3. Emisja spotu video w serwisie YouTube

Wykonawca dokona emisji 30 sek. spotu video przekazanego przez Zamawiającego – prezentującego efekty realizacji projektów RPO WO 2014-2020 w serwisie internetowym umożliwiającym bezpłatne umieszczanie, nadawanie na żywo, ocenianie i komentowanie filmów, który wg badania Gemius/PBI (styczeń 2022) posiada najwięcej realnych użytkowników w Polsce czyli Youtube, zgodnie z niżej wymienionymi założeniami:

- emisja typu TrueView In-Stream (reklama video), czyli emisja wyświetlana przed, po lub w trakcie filmu, z możliwością pominięcia reklamy po 5-sek., przy czym do liczby obejrzeń wlicza się reklamę obejrzaną w całości lub zaangażowanie widza w interakcje z wideo;
- umieszczenie w spocie video linka (odnośnika) do witryny <http://www.rpo.opolskie.pl>
- 300 tys. obejrzeń spotu w trakcie trwania kampanii;
- geotargetowanie na województwo opolskie, capping (maksymalna liczba odsłon na jednego użytkownika): 2.

Emisja musi trwać do zakończenia całej kampanii (tj. do końca ostatniego tygodnia emisji kampanii).

Zamawiający przekaze Wykonawcy spot video do emisji na ww. serwisie.

4. Emisja spotu video w kinach

Wykonawca dokona emisji 30 sek. spotu video przekazanego przez Zamawiającego – prezentującego efekty realizacji projektów RPO WO 2014-2020 w min. 3 cyfrowych sieciach kinowych lub min. 3 cyfrowych kinach na terenie województwa opolskiego - miasta pow. 15 000 mieszkańców. Emisja musi być zrealizowana min. w jednym kinie w Opolu oraz w jednym kinie w Kędzierzynie-Koźlu.

Spot będzie emitowany jako reklama on screen przed seansami filmowymi.

Czas trwania emisji spotu w kinach zgodnie z przyjętym harmonogramem, o którym mowa w pkt. 1. Założenia kampanii i grupa docelowa/ Czas trwania kampanii.

Łączna widownia kinowa, która zobaczy spot musi wynosić minimum 55 000 osób.

Na 5 dni przed pierwszą emisją w danym miesiącu, Wykonawca przekaze Zamawiającemu do akceptacji listę kin, w których zostanie wyemitowany spot oraz harmonogram emisji (zawierający repertuary kin wraz ze wskazaniem tytułów filmów, przed którymi spoty będą emitowane) w celu uzyskania akceptacji ze strony Zamawiającego.

W przypadku, gdy z przyczyn technicznych emisja nie może się odbyć w terminie uzgodnionym z Zamawiającym, Wykonawca wyemituje materiał w innym terminie, uprzednio uzgodnionym z Zamawiającym i umożliwiającym ich emisję zgodnie z terminem kampanii wskazanym w pkt 1.

5. Kampania outdoorowa realizowana na terenie województwa opolskiego

a) Termin i czas realizacji dwóch kampanii outdoorowych:

Dwie kampanie outdoorowe o czasie trwania min. 14 dni każda (min. 14 dni jedna kampania, min. 14 dni druga kampania), zrealizowane w okresie trwania kampanii.

Termin realizacji kampanii outdoorowych. zgodnie z przyjętym harmonogramem, o którym mowa w pkt. 1. Założenia kampanii i grupa docelowa/ Czas trwania kampanii.

Poprzez „czas trwania min. 14 dni” Zamawiający rozumie, że reklama na każdym z wymienionych poniżej nośników tj. billboardy (18m² oraz 12 m²) i wiaty przystankowe w m. Opolu będzie eksponowana przez min. 14 dni w ramach jednej kampanii, przy czym ekspozycja reklamy na wszystkich billboardach w ramach jednej kampanii musi odbywać się w tym samym czasie.

b) Nośniki reklamowe i lokalizacje:

Każda z dwóch kampanii realizowana będzie na następujących nośnikach:

- **Nośnikach typu billboard min. 18 m²**
 - miejsce: Miasto Opole - 10 szt./1 kampania.
 - Zamawiający dopuszcza usytuowanie nośnika w przypadku głównych dróg wlotowych i wylotowych do/z Opola do 5 km od granicy administracyjnej miasta.
- **Nośnikach typu billboard min. 12 m²**
 - miejsce: Brzeg, Namysłów, Olesno, Kluczbork, Krapkowice, Głubczyce, Prudnik, Kędzierzyn – Koźle, Strzelce Opolskie, Nysa – po 3 w każdym mieście (łącznie 30 sztuk/1 kampania)
 - Zamawiający dopuszcza usytuowanie nośnika w przypadku głównych dróg wlotowych i wylotowych do/z ww. miast do 2 km od granicy administracyjnej danego miasta.

Na wszystkich nośnikach typu billboard min. 18 m² oraz min. 12 m² Zamawiający zaplanował dla:

- a. Miasto Opole – maksymalnie 5 grafik na jedną kampanie, czyli łącznie 10 grafik na dwie kampanie,
- b. Brzeg, Namysłów, Olesno, Kluczbork, Krapkowice, Głubczyce, Prudnik, Kędzierzyn – Koźle, Strzelce Opolskie, Nysa – maksymalnie 12 grafik na jedną kampanię czyli łącznie 24 grafiki na dwie kampanie.

○ **Wiaty przystankowe w m. Opolu**

- miejsce: Miasto Opole – 20 szt./1 kampania czyli łącznie 40 szt. na dwie kampanie
- Rozmiar plakatu: 1200x1800 mm.
- Druk pełen kolor

Na wiatkach przystankowych Zamawiający zaplanował różne grafiki (maksymalnie 5) w ramach jednej 14 dniowej kampanii, czyli łącznie maksymalnie 10 grafik na dwie kampanie.

c) **Ogólne założenia kampanii outdoorowej:**

- 1) Po stronie Wykonawcy leży przygotowanie projektów graficznych reklam zgodnie z założeniami pkt. 1 Założenia kampanii i grupa docelowa, pkt. 1 Założenia kampanii i grupa docelowa/ Cel kampanii
- 2) Po stronie Wykonawcy leży druk reklamy w wymiarach dostosowanych do poszczególnych nośników, montaż, ekspozycja, demontaż oraz utylizacja reklamy na ww. opisanych nośnikach.
- 3) Nakład druku musi uwzględniać rezerwę przeznaczoną na wymianę zniszczonej ekspozycji.
- 4) Wykonawca ma obowiązek dbać o należyłą ekspozycję. W przypadku uszkodzenia reklamy Wykonawca ma obowiązek wymienić reklamę na nową.
- 5) W przypadku wystąpienia uszkodzenia reklamy Wykonawca ma obowiązek do usunięcia **usterki** w ciągu 48 h od jej stwierdzenia. Jeśli usunięcie usterki jest niemożliwe w ww. terminie Wykonawca niezwłocznie poinformuje Zamawiającego.
- 6) Po zawarciu umowy Wykonawca przekaże do akceptacji listę lokalizacji, w których umieszczone zostaną billboardy oraz plakaty na wiatkach przystankowych. Lista lokalizacji będzie zawierała: nazwę ulicy i numer adresowy (jeśli to możliwe), współrzędne geograficzne, zdjęcie wskazujące proponowany billboard i wiatę oraz odniesienie do najbliższego punktu orientacyjnego, w przypadku gdy nośnik znajduje się przy lub na terenie obiektów użyteczności publicznej – adres, nazwę, współrzędne geograficzne, dokładną lokalizację nośnika wraz ze zdjęciem wskazującym proponowany billboard.
- 7) Zamawiający dopuszcza **wprowadzenie modyfikacji** do list opisanych w punkcie 6 spowodowanych okolicznościami, na które Wykonawca nie miał wpływu. W takiej sytuacji Wykonawca ma obowiązek poinformować Zamawiającego o zmianie maksymalnie do 3 dni przed startem każdej kampanii lub jeśli sytuacja ma miejsce w

trakcie kampanii niezwłocznie od momentu powzięcia takiej informacji. **Zapis dot. przedmiotowych zmian w tym zakresie znajduje się w PPU- zał. do SWZ.**

- 8) Nie dopuszcza się wykorzystywania reklamy na mobilach oraz umieszczania ekspozycji w bezpośrednim sąsiedztwie remontów i budów, a także wzdłuż dróg wyłączonych z ruchu.
- 9) Wykonawca zapewnia, że wyklejenie zostanie wykonane starannie, estetycznie i bez żadnych widocznych pomarszczeń oraz z zachowaniem odpowiednich marginesów bezpieczeństwa.
- 10) Każdy nośnik musi posiadać estetyczną, wolną od jakichkolwiek graffiti lub innych malowideł, nie zniszczoną i nie uszkodzoną ramę.
- 11) Wykonawca prześle w terminie 5 dni roboczych po zakończeniu każdej kampanii sprawozdanie z realizacji kampanii zawierające: opis lokalizacji nośnika ze wskazaniem dokładnego adresu (zgodnie z listą zaakceptowaną przez Zamawiającego na etapie realizacji kampanii) oraz raport zdjęciowy z kampanii zawierający min.: 1 zdjęcie każdego z billboardów i wiat przystankowych.

6. Opracowanie scenariuszy i produkcja 12 spotów radiowych (45 sek.)

Do obowiązku Wykonawcy należy opracowanie scenariuszy zgodnie z założeniami pkt. 1 Założenia kampanii i grupa docelowa, pkt. 1 Założenia kampanii i grupa docelowa/ Cel kampanii (we współpracy z Zamawiającym) i produkcja 12 spotów radiowych o długości 45 sek. Przekaz ma być czytelny, konkretny i zgodny z głównym komunikatem kampanii. Powinien również zawierać elementy kreatywne podnoszące atrakcyjność przekazu i przyciągające uwagę odbiorcy, które nie mogą jednak zaburzać czytelności spotu.

Spoty mają być emitowane w stacjach radiowych województwa opolskiego wskazanych w pkt 6.

Do obowiązków Wykonawcy należy zapewnienie profesjonalnego głosu lektorskiego (głosów lektorskich) oraz adekwatnego podkładu muzycznego wraz z uzyskaniem niezbędnych licencji.

7. Emisja spotów w stacjach radiowych województwa opolskiego

Do obowiązków Wykonawcy należy emisja 12 spotów, o których mowa w pkt 5, w stacjach radiowych województwa opolskiego: tj. w Radiu Opole, w Radiu Nysa, w Radiu Park, w Radio Doxa zgodnie z poniższą specyfikacją:

- a) Emisja spotów w radiu Opole
180 emisji w czasie trwania kampanii
- b) Emisja spotów w Radiu Nysa
180 emisji w czasie trwania kampanii
- c) Emisja spotów w Radiu Doxa

180 emisji w czasie trwania kampanii

d) Emisja spotów w Radiu Park

180 emisji, czyli w czasie trwania kampanii

Emisje we wszystkich stacjach radiowych powinny mieć miejsce od poniedziałku do piątku, w godzinach od 7.00 do 18.00.

Na 5 dni przed pierwszą emisją Wykonawca przekaże Zamawiającemu do akceptacji mediaplany uwzględniające termin emisji oraz wersję spotu planowanego do emisji (Zamawiający przewiduje naprzemienną emisję wszystkich 12 spotów).

Emisje we wszystkich stacjach radiowych powinny mieć miejsce od poniedziałku do piątku, w godzinach od 7.00 do 18.00.

8. Projekt i druk artykułów sponsorowanych (reklam tekstowo-graficznych) w 15 gazetach lokalnych.

Do obowiązków Wykonawcy należy projekt, skład i druk artykułów, obejmujących po 1 pełnokolorowej stronie w każdym tytule (zgodnie z zestawieniem poniżej):

- Powiat brzeski (*Panorama Powiatu Brzeskiego, Gazeta Brzeska, Głos Powiatu*);
- Powiat kędzierzyńsko-kozielski (*Nowa Gazeta Lokalna, Tygodnik Lokalny 7 Dni + bezpłatny partner*);
- Powiat krapkowicki (*Tygodnik Krapkowicki, Nowiny Krapkowickie*);
- Powiat namysłowski (*Namysłowski Kurier Lokalny*);
- Powiat nyski (*Nowiny Nyskie, Mój Przewodnik (Nysa)*);
- Powiat opolski (*Tygodnik Ziemi Opolskiej, Opowiecie info, Tygodnik Prudnicki*);
- Powiat prudnicki (*Prudnik24*);
- Powiat strzelecki (*Strzelec Opolski*).

W ramach realizacji kampanii Wykonawca w każdym z ww. tytułów dwukrotnie dokona zakupu po 1 pełnokolorowej stronie. Emisja odbywać się będzie zgodnie z harmonogramem kampanii ustalonym i zatwierdzonym po podpisaniu umowy.

Wykonawca przygotuje treści będące przedmiotem publikacji na ww. stronach zgodnie z wymaganiami określonymi w pkt. 1 Założenia kampanii i grupa docelowa, Cel kampanii. Zamawiający zastrzega sobie prawo do nanoszenia zmian do przygotowanych treści. Gotowe treści wymagają akceptacji przez Zamawiającego.

Na podstawie przekazanych przez Zamawiającego materiałów i wytycznych Wykonawca dokona opracowywania graficznego i przedstawi je Zamawiającemu do akceptacji. Zamawiający planuje emisję łącznie 30 całostronicowych ogłoszeń/artykułów (po 2 w każdym z ww. tytułów). Zamawiający przewiduje łącznie 30 projektów artykułów.

9. Badanie rozpoznawalności elementów kampanii (badanie skuteczności)

Po zakończeniu kampanii Wykonawca zrealizuje badanie skuteczności kampanii oraz przekaże Zamawiającemu raport zawierający wnioski z przeprowadzonego badania.

Do obowiązków Wykonawcy należy realizacja badania skuteczności kampanii wśród ogółu społeczeństwa mieszkańców województwa opolskiego.

Wykonawca we współpracy z Zamawiającym przygotuje ankietę dla ww. grupy, która będzie miała na celu zbadanie realizacji celów kampanii. Ankieta musi się składać z 5 pytań merytorycznych oraz musi zawierać metrykę. Po akceptacji ankiety przez Zamawiającego Wykonawca przeprowadzi badanie telefoniczne CATI na próbie 300 osób mieszkańców województwa opolskiego.

Wymagania wobec próby wyłonionej do badania: dobór losowy w podziale na płeć, miejsce zamieszkania, grupy wiekowe oraz wykształcenie (zgodnie z podziałem stosowanym przez statystykę publiczną). Badanie musi zostać zrealizowane w sposób rzetelny z wykorzystaniem profesjonalnych narzędzi i metodologii. Wykonawca opracuje i przekaże Zamawiającemu raport z badania skuteczności kampanii.

Rozpoczęcie badania skuteczności powinno rozpocząć się w pierwszym dniu roboczym po zakończeniu emisji kampanii.

Przekazanie raportu z badania skuteczności kampanii powinno mieć miejsce maks. do 30 listopada 2022 r.

Termin przekazania raportu z badania skuteczności może ulec zmianie jednak nie może przekroczyć daty 15 grudnia 2022 r. Każdorazowa zmiana daty przekazania raportu z badania skuteczności wymaga akceptacji Zamawiającego.

10. Przekazanie materiałów archiwalnych i rozliczenie kampanii

Do 10 dni roboczych od zawarcia umowy Wykonawca przekaże Zamawiającemu wykaz cen jednostkowych netto i brutto narzędzi w ramach kampanii.

Rozliczenie nastąpi zgodnie z ww. wykazem cen jednostkowych po dostarczeniu poniższych materiałów:

- a) raport z emisji spotu video w serwisie YouTube, o których mowa w pkt 2, zawierający potwierdzoną przez nadawcę zakładaną liczbę wyświetleń – plik w formacie Word lub pdf,
- b) raport z emisji spotu w kinach, o których mowa w pkt 3, zawierający potwierdzoną przez nadawcę zakładaną liczbę wyświetleń – plik w formacie Word lub pdf
- c) raport z kampanii outdoorowej, o której mowa w pkt 4, zawierający potwierdzenie wykonania działań od właścicieli nośników oraz dokumentację fotograficzną wszystkich wykonanych działań – plik w formacie Word lub pdf,

- d) pliki z projektami graficznymi narzędzi wykorzystanych do kampanii outdoorowej, o których mowa w pkt 4 c), w formacie np. .pdf, .png, .jpg oraz w formacie umożliwiającym edycję i nanoszenie zmian (np. .ai, .indd, itp.) –pen drive,
- e) pliki z artykułami sponsorowanymi, o których mowa w pkt 7, w formacie pdf oraz w formacie umożliwiającym edycję i nanoszenie zmian (np. .ai, .indd, itp.) –pen drive,
- f) pliki z nagraniami spotów, o których mowa w pkt 5, w formacie np. .wav, .aac, .mp4 pen drive,
- g) raport z emisji spotów w stacjach radiowych, o których mowa w pkt 6, zawierający potwierdzenie emisji spotów ze wskazaniem daty emisji – plik w formacie word lub pdf
- h) raport z badania skuteczności kampanii, o którym mowa w pkt 7 – plik w formacie Word lub pdf.

Materiały, o których mowa w pkt a-h, muszą zostać przekazane Zamawiającemu maks. do 30 listopada 2022 r.

Termin przekazania materiałów może ulec zmianie jednak nie może przekroczyć daty 15 grudnia 2022 r. Każdorazowa zmiana daty przekazania ww. materiałów wymaga akceptacji Zamawiającego.

Przez przekazanie materiałów Zamawiającemu rozumie się dostarczenie plików oraz nośników wskazanych powyżej do siedziby Zamawiającego w Opolu (dokładny adres zostanie przekazany Wykonawcy po podpisaniu umowy). Przekazane dokumenty powinny być wydrukowane i podpisane przez osobę upoważnioną ze strony Wykonawcy

Zamawiający w ciągu pięciu dni roboczych od daty przekazania materiałów, o których mowa w pkt a-h, dokona odbioru przedmiotu zamówienia na podstawie protokołu zdawczo-odbiorczego. Data podpisania protokołu zdawczo-odbiorczego będzie jednocześnie datą sprzedaży na fakturze VAT, wystawionej przez Wykonawcę.

11. Zasady współpracy i akceptacji materiałów

Materiały do emisji muszą być opracowywane i przekazywane Zamawiającemu do akceptacji w terminie umożliwiającym ich emisję zgodnie z terminem kampanii wskazanym w pkt 1 Czas trwania kampanii. Zamawiający ma prawo wnoszenia uwag do przekazanych materiałów (projektów graficznych, projektów, spotów, raportu z badania skuteczności oraz pozostałych materiałów wskazanych w Opisie przedmiotu zamówienia), a Wykonawca ma je obowiązek wprowadzać. W procesie przekazywania i wprowadzania uwag zarówno Zamawiający, jak i Wykonawca muszą brać pod uwagę konieczność sprawnego opracowania materiałów, tak aby były one emitowane zgodnie z przyjętym harmonogramem kampanii. W celu omawiania i przekazywania uwag Zamawiający zastrzega sobie możliwość organizowania maks. 5 spotkań z Wykonawcą w siedzibie Zamawiającego, a Wykonawca ma obowiązek stawiania się na każde spotkanie na swój koszt. W celu sprawnego realizacji

zamówienia Wykonawca wyznaczy koordynatora, tj. osobę odpowiedzialną za kontakty z Zamawiającym i realizację zadania po stronie Wykonawcy.

12. Wymagania odnośnie do sposobu komunikacji

W konstruowaniu komunikatów należy unikać stylu urzędowego, wyrażeń zawiłych i niezrozumiałych dla przeciętnej odbiorcy. W tekstach należy używać prostego języka zgodnie z zasadami wskazanymi na stronie internetowej:

<https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/promocja/prosto-o-funduszach-europejskich-1/o-prostym-jezyku/>

Problematykę należy prezentować w ujęciu pozytywnym i emocjonalnym z ukazaniem korzyści, jakie realizacja RPO WO 2014-2020 przynosi dla mieszkańców regionu. Należy wystrzegać się abstrakcyjnego, bezosobowego podejścia bez pokazania korzyści, jakie płyną dla mieszkańców z wdrażania środków unijnych w regionie. Zamawiający preferuje więc podmiotowe i jednostkowe ujęcie problematyki. Dopuszczalne jest podejście emocjonalne, humorystyczne tak aby jak najskuteczniej dotrzeć do odbiorców i ich poinformować o efektach.

Przedmiot zamówienia powinien być zrealizowany z uwzględnieniem wymagań w zakresie dostępności dla osób z niepełnosprawnościami 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 dostępnymi na [portalu Funduszy Europejskich](#). oraz zgodnie z wymaganiami określonymi w art. 100 ustawy prawo zamówień publicznych i zgodnie z ustawą o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (Dz.U. 2020 poz. 1062).

13. Oznaczanie materiałów w ramach kampanii

Wszystkie materiały zrealizowane w ramach kampanii muszą zostać odpowiednio oznakowane zestawem znaków wskazujących na ich finansowanie ze środków RPO WO 2014-2020:



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejskie Fundusze
Strukturalne i Inwestycyjne



oraz informacją o współfinansowaniu w brzmieniu:

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego oraz środków budżetu województwa opolskiego w ramach pomocy technicznej Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Opolskiego na lata 2014-2020. Dodatkowo, w wybranych materiałach zastosowany może zostać dodatkowy komunikat słowny w brzmieniu: Sfinansowano w ramach reakcji Unii na pandemię COVID-19.

W szczególnych przypadkach dopuszczalne jest również stosowanie innych wersji zestawienia znaków (monochromatycznych, pionowych, z odwołaniem do odpowiedniego funduszu, itd.), które dostępne są do pobrania na stronie www.rpo.opolskie.pl , link: <https://rpo.opolskie.pl/?p=30362>

Zamawiający zastrzega, że **na etapie realizacji zamówienia wprowadzona może zostać nowa linia graficzna**/oznakowanie dla działań promujących nowy program Fundusze Europejskie dla Opolskiego 2021-2027, która będzie zależna od wprowadzenia stosownych wytycznych przez Instytucję Koordynującą Umowę Partnerstwa (Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej).

Zapis dot. przedmiotowych zmian w tym zakresie znajduje się w PPU- zał. do SWZ.

14. Wskazanie osób zatrudnionych na podstawie umowy o pracę

Zamawiający wymaga, aby czynności dot. opracowania graficznego (w związku z realizacją zadań opisanych w pkt 4 i 7), opracowania spotów radiowych oraz koordynacji realizacji niniejszego zamówienia były wykonywane przez osoby **zatrudnione przez Wykonawcę na podstawie umowy o pracę**. Zamawiający ma prawo kontroli spełnienia tych wymagań przez Wykonawcę.

W celu weryfikacji zatrudniania, przez wykonawcę lub podwykonawcę, na podstawie umowy o pracę, osób wykonujących wskazane przez zamawiającego czynności w zakresie realizacji zamówienia, umowa przewiduje możliwość żądania przez zamawiającego w szczególności:

- 1) oświadczenia zatrudnionego pracownika,
- 2) oświadczenia wykonawcy lub podwykonawcy o zatrudnieniu pracownika na podstawie umowy o pracę,
- 3) poświadczonych za zgodność z oryginałem kopii umowy o pracę zatrudnionego pracownika,
- 4) innych dokumentów

- zawierających informacje, w tym dane osobowe, niezbędne do weryfikacji zatrudnienia na podstawie umowy o pracę, w szczególności imię i nazwisko zatrudnionego pracownika, datę zawarcia umowy o pracę, rodzaj umowy o pracę i zakres obowiązków pracownika.

Wykonawca w dniu zawarcia umowy oraz na każde żądanie Zamawiającego przedłoży Zamawiającemu w formie oświadczenia, informację, że osoby te są zatrudnione na podstawie umowy o pracę. Oświadczenie ujmować ma co najmniej liczbę osób zatrudnionych na podstawie umowy o pracę oraz rodzaj wykonywanych przez nich czynności.