

TEKST UJEDNOLICONY NA DZIEŃ 13.04.2018 R.

Załącznik nr 1 do SIWZ

Opis przedmiotu zamówienia

Główny kod CPV:

- 1) Główny kod CPV:
79341000-6 Usługi reklamowe

Przedmiotem zamówienia jest realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej realizowanej w formie mobilnej przestrzeni wystawienniczej o min. powierzchni 37 m² odwiedzającej min. 30 miast w Polsce w związku z realizacją przez Miasto Łódź projektu pn. „Internacjonalizacja gospodarcza przedsiębiorstw z regionu łódzkiego poprzez dedykowane działania promocyjne i terytorialny marketing gospodarczy”, współfinansowanego z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020.

Celem głównym projektu jest zwiększenie poziomu handlu zagranicznego poprzez rozwój powiązań gospodarczych pomiędzy MŚP z regionu łódzkiego działającymi w regionalnych inteligentnych specjalizacjach (RIS) a partnerami zagranicznymi.

Celami pośrednimi projektu są:

- wzrost konkurencyjności i atrakcyjności gospodarczej Łodzi oraz regionu w oparciu o istniejący potencjał gospodarczy i społeczny,
- promocja łódzkich przedsiębiorców,
- stworzenie aktualnej oferty inwestycyjnej Łodzi wraz z wizytówkami łódzkich przedsiębiorców,
- promocja Łodzi jako miejsca atrakcyjnego dla inwestorów,
- stymulowanie internacjonalizacji łódzkich przedsiębiorstw.

Zakładanym **wskaźnikiem rezultatu bezpośredniego** jest liczba kontraktów handlowych zagranicznych podpisanych przez przedsiębiorstwa wsparte w zakresie internacjonalizacji.

Grupą docelową i głównymi odbiorcami projektu są przedsiębiorcy z regionu łódzkiego.

1. Informacje ogólne o kampanii.

- 1.1. „**Mobilna Łódź**” – kampania informacyjno-promocyjna realizowana w formie mobilnej przestrzeni wystawienniczej o minimalnej powierzchni: **37 m²**



DOA-ZP-II.271.25.2018

odwiedzającej min. 30 miast w Polsce, wraz z zapewnieniem treści, zespołu ludzkiego oraz środków technicznych do realizacji kampanii. Mobilna przestrzeń powinna dawać możliwość organizacji krótkich spotkań, prezentacji potencjału miasta oraz działających w nim firm z sektora MŚP, wraz z elementem rekrutacyjnym.

1.2. Grupa docelowa

Grupą docelową działań w ramach kampanii są pełnoletni, czynni zawodowo mieszkańcy odwiedzanych miast. Kampania skierowana jest do potencjalnych pracowników łódzkich firm i ich rodzin.

1.3. Cele kampanii

Celem kampanii jest zbudowanie (wzmocnienie) wizerunku Łodzi jako miasta przyjaznego do pracy i życia oraz zaprezentowanie łódzkich pracodawców. Kampania promocyjna jest jednym z elementów promocji regionu łódzkiego w związku z potrzebą odpowiedzi na zdiagnozowane problemy związane z niewystarczającym poziomem wiedzy o potencjale i ofercie biznesowej łódzkich przedsiębiorstw, niezadowalającym poziomem wiedzy o potencjale i ofercie biznesowej Łodzi oraz regionu, przewadze innych dużych miast w zakresie promocji ofert gospodarczych.

Celem kampanii jest także pokazanie Łodzi jako miasta nie tylko przez pryzmat danych statystycznych i liczbowych przemawiających na jej korzyść, ale także poprzez dobrą jakość życia przejawiającą się w tym, iż Miasto ma unikalną architekturę, odbywa się w nim wiele wydarzeń, festiwali.

2. Do zadań Wykonawcy należy:

2.1. Uszczegółowienie koncepcji kampanii wraz z kreacją wizualną i harmonogramem działań promocyjnych - w terminie do 14 dni kalendarzowych od dnia podpisania Umowy.

2.1.1. Zamawiający ma prawo do naniesienia poprawek w ciągu 3 dni roboczych, do uzyskania zgodności co do kreacji kampanii informacyjno-promocyjnej, które to Wykonawca powinien nanieść i przedstawić kompletną koncepcję w ciągu 3 dni roboczych.

2.1.2. Koncepcja powinna powstać na bazie założeń kampanii przedstawionych w niniejszym dokumencie, spełniać określone w nim cele, docierać do określonych grup docelowych, obejmować określony zasięg i kanały dotarcia.

2.2. Realizacja kampanii „Mobilna Łódź”.

2.2.1. Zapewnienie jednostki mobilnej:



DOA-ZP-II.271.25.2018

- autobusu jednoczłonowego, trzyosowego o długości 13-15 m z dwoma rozsuwanymi bocznymi panelami,
- o dopuszczalnej masie całkowitej pow. 12 000 kg,
- kabina musi być zintegrowana z resztą korpusu,
- posiadającej rozkładane hydraulicznie moduły boczne, które umożliwią utworzenie zadanej i zabudowanej powierzchni wystawienniczej min. 37 m²,
- moduły muszą być zintegrowane z pojazdem i stanowić całość (Zamawiający wyklucza zastosowanie dostawianych platform itp.). Po ich rozsunięciu wnętrze pojazdu powinno być powiększone do wymaganych parametrów i stanowić jednolitą całość. W związku z powyższym moduły winny być wykonane z tego samego materiału lub podobnego co pojazd. Ściany podłoga, dach i sufit modułów po rozsunięciu powinny tworzyć jednolitą całość (otwartą przestrzeń).
- jednostka nie powinna być starsza niż 10 lat i powinna spełniać wymogi dot. emisji spalin na poziomie min. Euro 4,
- pojazd musi posiadać platformę/podnośnik dla osób o ograniczonej sprawności ruchowej oraz schody dla pozostałej publiczności, które spełniają wymogi bezpieczeństwa oraz współgrają z estetyką jednostki,
- pojazd powinien być wyposażony w pętlę indukcyjną dla osób z wadami słuchu,
- pojazd powinien być wyposażony w stanowisko do zdalnego tłumaczenia konsultacji na język migowy np. poprzez komunikator internetowy (Wykonawca zapewnia dyżur tłumacza, łączenie następuje według potrzeb bez określania limitu połączeń, ani czasu tłumaczenia. Usługa powinna być dostępna przez cały czas udostępnienia pojazdu),
- wyposażonej we własny, zintegrowany, odpowiednio wyciszony (kabina dźwiękoszczelna) generator prądotwórczy o mocy pozwalającej uzyskać pełną autonomię jednostki w razie potrzeby,
- posiadającą możliwość przyłączenia się do zewnętrznego źródła zasilania,
- pojazd powinien posiadać zintegrowany system wentylacji i klimatyzacji (w tym ogrzewania) dla całej powierzchni,
- pojazd musi posiadać łączność internetową za pośrednictwem sieci komórkowej lub automatycznie naprowadzanej antenie satelitarnej. Przepustowość internetu nie będzie niższa niż 8 Mb/s download i 1 Mb/s upload,

DOA-ZP-II.271.25.2018

- cały pojazd będzie pomalowany zgodnie z wytycznymi Zamawiającego. Projekt przygotuje Wykonawca w ramach pierwszego etapu realizacji zamówienia (zgodnie z pkt 2.1) ,
- Wykonawca zaprojektuje, stworzy zewnętrzny i wewnętrzny wizerunek jednostki mobilnej i przekaże w celu zatwierdzenia Zamawiającemu (zgodnie z pkt 2.1.1)
- Realizacja będzie obejmowała wyposażenie w meble oraz sprzęt techniczny spełniający kryteria estetyczne, praktyczne i ergonomiczne,
- pojazd powinien być sprawny technicznie, dopuszczony do ruchu, posiadać wszelkie wymagane prawem homologacje i badania oraz ubezpieczenia,
- Wykonawca ponosi wszystkie koszty związane z utrzymaniem i prawidłowym funkcjonowaniem jednostki mobilnej w trakcie trwania całej kampanii. Są to m.in. czyszczenie pojazdu, naprawy, części zamienne, koszty paliwa potrzebnego do prowadzenia kampanii oraz opłaty parkingowe itp.,
- Wykonawca powinien posiadać pojazd zastępczy, spełniający te same wymagania, aby w razie wypadku, awarii lub innych nieprawidłowości uniemożliwiających korzystanie z jednostki mobilnej, usługa nie była przerwana lub została przywrócona tak szybko, jak to jest możliwe najpóźniej w terminie do 14 dni.
- Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z realizacją usługi, w tym ewentualnych pozwoleń, opłat za postój w danej lokalizacji itp.,
- wewnątrz jednostki powinna być wyodrębniona strefa audiowizualna: ekran wielkoformatowy o minimalnej przekątnej 42". Strefa powinna być zorganizowana w taki sposób by zapewnić min. 20 miejsc siedzących wewnątrz jednostki dla uczestników warsztatów,
- na ścianach jednostki powinny być zamieszczone 4 dotykowe (interaktywne) panele informacyjne o minimalnej przekątnej 40",
- na jednym panelu wykonawca jest zobowiązany do wyświetlenia min. 20 historii osób, które pracują i mieszkają w Łodzi, odwiedzający powinien mieć możliwość wyboru historii (dobór osób jest po stronie Wykonawcy, propozycje te powinny być zaakceptowane przez Zamawiającego),

DOA-ZP-II.271.25.2018

- dotykowa (interaktywna) mapa Łodzi w formie stołu o minimalnej przekątnej 42”, na której będzie można zobaczyć główne atrakcje Łodzi,
- opisy przy każdej atrakcji powinny być też przygotowane również w języku Braillea.

2.2.2. Zapewnienie kontentu – zaprojektowanie i zaimplementowanie treści prezentowanych na umieszczonych w jednostce narzędziach multimedialnych (filmy, aplikacje) wraz z przeniesieniem praw autorskich do filmów.

2.2.3. Opracowanie trasy, propozycja lokalizacji jednostki mobilnej (lokalizacje zostaną zaakceptowane przez Zamawiającego, który dopuszcza możliwość ich zmiany w trakcie realizacji projektu w porozumieniu z Wykonawcą).

2.2.4. Czas realizacji usługi: od dnia zawarcia umowy, nie dłużej niż do 31.12.2018 r.:

- do 45 dni przygotowanie jednostki mobilnej,
- do 3 miesięcy - w tym min. 60 dni w których będzie świadczona usługa.

2.2.5. Ilość lokalizacji minimum 30 (Zamawiający dopuszcza możliwość kilkukrotnej ekspozycji w danej miejscowości).

2.2.6. Czas ekspozycji min. 8 godzin dziennie, 5 dni w tygodniu (Zamawiający dopuszcza możliwość zwiększenia liczby godzin podczas udziału w różnych uroczystościach i eventach, czas powyżej 8 godzin będzie rozliczany poprzez zmniejszenie czasu pracy w innych dniach).

2.2.7. Obszar: Polska.

2.2.8. W każdej lokalizacji wykonawca jest zobowiązany zorganizować i przeprowadzić merytorycznie min. jeden warsztat w zakresie dobrych praktyk rekrutacyjnych (np. spotkania z przedstawicielami łódzkich pracodawców) dla min. 20 osób każdy.

- rekrutacja i zapewnienie frekwencji - uczestnicy powinni być sprofilowani.
- zapewnienie osoby prowadzącej warsztaty – specjalista ds. rekrutacji, osoba posiadająca min. 3 letnie doświadczenie w samodzielnym prowadzeniu procesów rekrutacyjnych (agencja rekrutacyjna lub wewnętrzny HR),
- przygotowanie merytoryczne warsztatu zgodnie z tematyką, dopasowaną do profilu odbiorcy,

DOA-ZP-II.271.25.2018

- 1 warsztat powinien trwać min. 20 min.,
- przygotowanie materiałów (prezentacje, notes i długopis) dla każdego uczestnika.
- oznakowanie materiałów szkoleniowych,

2.2.9. Przez cały czas otwarcia jednostki mobilnej wykonawca jest zobowiązany zapewnić animatora, specjalistę w zakresie promocji, posiadającego doświadczenie w prowadzeniu minimum trzech mobilnych kampanii informacyjnych.

2.2.10. Wykonawca jest zobowiązany do zorganizowania jednego pokazu dla dzieci i/lub młodzieży szkolnej z danej miejscowości prezentując atrakcje i ciekawostki dot. Łodzi.

- w prezentacji dla danej grupy wiekowej powinny być przygotowane dodatkowe atrakcje np. gry, zabawy sytuacyjne, które mają zaktywizować młodzież,
- za rekrutację odpowiada Wykonawca.

2.2.11. Jednostka powinna być udostępniona poza czasem warsztatów i zorganizowanych spotkań zwiedzającym, których powinien oprowadzać animator.

2.2.12. Wykonawca jest zobowiązany do promocji przedsięwzięcia m. in. poprzez: social media, plakaty, broszury, informacje prasowe oraz briefing dla lokalnych mediów.

2.2.13. Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania co najmniej jednej informacji dziennie z przebiegu akcji oraz jednej podsumowującej dany dzień (sprawozdanie ze zdjęciami) i zapraszającej na następne spotkanie. Informacje te będą zamieszczane na FB i stronach Zamawiającego.

2.2.14. Na prośbę Zamawiającego Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania informacji dla mediów i zorganizowanie briefingu prasowego (lub rozesłanie samej informacji).

2.2.15. Przed jednostką mobilną Wykonawca jest zobowiązany przygotować strefę aktywizacji odwiedzających - gry dla dzieci, puzzle w formie sześciąt min. 50 cm na 50 cm.



DOA-ZP-II.271.25.2018

- 2.2.16. Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania 3 000 szt. notesów i ołówków, które będą rozdawane podczas kampanii, 5000 szt. balonów z oznakowaniem Zamawiającego.
- 2.2.17. Obsługa: min. trzy osoby: kierowca, animator - specjalista ds. promocji, w trakcie warsztatów – specjalista ds. rekrutacji. (Zamawiający dopuszcza możliwość realizacji zadań przypisanych osobie animatora – specjalisty ds. promocji i specjalisty ds. rekrutacji przez tą samą osobę pod warunkiem łącznego spełnienia wymagań stawianych każdej z nich).
- 2.2.18. Obsługa dodatkowych czynności zleconych przez Zamawiającego np. dystrybucja materiałów promocyjnych Zamawiającego.
- 2.2.19. Firma powinna posiadać polisę ubezpieczeniową OC dla prowadzonej działalności gospodarczej na kwotę min. 1 200 000,00 zł na cały okres realizacji umowy.
- 2.2.20. Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania raportu kampanii, zawierającego opis zrealizowanych działań, liczbę gości w podziale na zwiedzających i uczestników warsztatów, zdjęcia analizy itp.
- 2.2.21. Każdy projekt graficzny musi zawierać ciąg logotypów, składający się z logotypu Unii Europejskiej dla Programów Regionalnych, logotypu Unii Europejskiej, Miasta Łodzi z odniesieniem do odpowiedniego funduszu oraz znaku marki województwa łódzkiego lub inne elementy wskazane przez Zamawiającego. Powyższe materiały zostaną przekazane w dniu podpisania umowy.

Zakres zadań wchodzących w skład poszczególnych etapów zamówienia:

Etap I

1. Uszczegółowienie koncepcji kampanii wraz z kreacją wizualną i harmonogramem działań promocyjnych - w terminie do 14 dni kalendarzowych od dnia podpisania Umowy.
2. Przygotowanie jednostki mobilnej wraz z wyposażeniem oraz zapewnieniem kontentu - do 45 dni zgodnie z kryterium „Termin przekazania jednostki mobilnej” od dnia akceptacji projektu wizerunku jednostki mobilnej przez Zamawiającego.

Etap II - po 30 dniach od zakończenia realizacji etapu I umowy – zgodnie z zaakceptowanym harmonogramem działań promocyjnych

Etap III - po 30 dniach od zakończenia realizacji etapu II umowy – zgodnie z zaakceptowanym harmonogramem działań promocyjnych

Etap IV – po 30 dniach od zakończenia realizacji etapu III umowy – zgodnie z zaakceptowanym harmonogramem działań promocyjnych.

Zamawiający informuje, że zakres poszczególnych Etapów II - IV wynikał będzie z przedstawionego przez Wykonawcę harmonogramu działań promocyjnych. Ww.



DOA-ZP-II.271.25.2018

harmonogram wymaga akceptacji Zamawiającego i każdorazowo staje się integralną częścią umowy.