

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Usługa przeprowadzenia zamówienia polegającego na emisji filmów dotyczących Funduszy Europejskich na Mazowszu

I. RAMY CZASOWE ZAMÓWIENIA

1. Przedmiot umowy będzie realizowany od dnia zawarcia umowy do dnia 15.12.2026 r.

II. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

1. Przedmiotem zamówienia jest emisja filmów na temat projektów realizowanych z Funduszy Europejskich na Mazowszu wyprodukowanych przez Zamawiającego. Usługa będzie polegała na emisji 6 filmów tj. emisja 2 spotów 45 s. i 4 filmów o długości 1,5-4 min
2. Emisja ma się odbyć w następujących mediach i ich nośnikach:
 - 1) emisja 2 spotów 45 s. na platformach streamingowych (działania reklamowe typu OTT Over-the-Top),
 - 2) emisja 2 spotów 45 s. na platformie YouTube (w tym na urządzeniach typu Connected TV),
 - 3) emisja 2 spotów 45 s. i 4 filmów o długości 1,5-4 min. w kinach zlokalizowanych na terenie województwa mazowieckiego,
 - 4) emisja 2 spotów 45 s. w metrze (tj. 2 spoty na ekranach HD typu TV w metrze oraz 1 spot na formacie tranzytowym LiveLine),
 - 5) emisja 2 spotów 45 s. na ekranach LCD w salonach fitness.
3. Do zadań Wykonawcy należy:
 - 1) opracowanie harmonogramu/media planu emisji filmów na wszystkich nośnikach zgodnie z wymaganiami Zamawiającego,
 - 2) zakup mediów,
 - 3) dostosowane formatów spotów i filmów do nośników oraz ich emisja we wskazanych terminach na wszystkich wymaganych nośnikach,
 - 4) bieżące monitorowanie harmonogramu emisji.

III. ZASIĘG TERYTORIALNY I GRUPA DOCELOWA

1. Emisja filmów ma się odbyć na terenie całego województwa mazowieckiego, w Warszawie i w aglomeracji warszawskiej oraz we wszystkich subregionach jeśli jest taka możliwość.
2. Głównymi odbiorcami zamówienia są wszyscy mieszkańcy województwa mazowieckiego (beneficjenci i potencjalni beneficjenci), którzy świadomie lub nieświadomie korzystają z efektów projektów, które są realizowane dzięki Funduszom Europejskim lub są ich obserwatorem.

IV. CELE I ZAKŁADANE EFEKTY REALIZACJI ZAMÓWIENIA

1. Głównym celem emisji filmów jest:
 - 1) prezentacja efektów wdrażania funduszy europejskich na Mazowszu i podkreślenie kluczowego znaczenia ich wpływu na rozwój gospodarczy i społeczno-kulturalny Mazowsza,
 - 2) zaprezentowanie Mazowsza jako skutecznego beneficjenta Funduszy Europejskich,
 - 3) aktywizacja beneficjentów/potencjalnych beneficjentów do składania projektów w ramach programu Fundusze Europejskie dla Mazowsza 2021-2027,
 - 4) uświadomienie mieszkańcom województwa mazowieckiego ich pozycji jako ostatecznych odbiorców

rezultatów projektów realizowanych z funduszy europejskich, a także wpływu tych projektów na jakość ich życia,

- 5) zwiększenie rezultatów działań informacyjno-promocyjnych prowadzonych przez Mazowiecką Jednostkę Wdrażania Programów Unijnych (MJWPU) poprzez zwiększenie statystyk na profilach i portalach społecznościowych prowadzonych przez Zamawiającego.

V. EMISJA

1. Terminy emisji na wszystkich nośnikach muszą być opisane w harmonogramie, który zarówno będzie pełnił rolę planu mediowego. W związku z tym ma zawierać informacje na temat wszystkich mediów i nośników, na których będą emitowane spoty i filmy:
 - a) nazwy platform streamingowych,
 - b) kanał YouTube
 - c) nazwy kin i miasta, w których się znajdują,
 - d) nazwy sieci/pojedynczych salonów fitness, miasta i adresy ich lokalizacji,
 - e) w przypadku metra ilość telewizorów i cyfrowych formatów tranzytowych w podziale na pierwszą i drugą linię metra.
2. Harmonogram emisji ma być przekazany Zamawiającemu w ciągu 7 dni roboczych po podpisaniu umowy.
3. Zamawiający dopuszcza sytuację, w której z przyczyn niezależnych od Wykonawcy terminy emisji miałyby być zmienione na poszczególnych nośnikach, jednak o wszystkich tego rodzaju zmianach Wykonawca musi niezwłocznie poinformować Zamawiającego drogą mailową. Takie zmiany, gdyby zostały wprowadzone, nie wymagają zawierania aneksu do Umowy. Harmonogram emisji musi być na bieżąco modyfikowany przez Wykonawcę.
4. Do zadań Wykonawcy należy przeformatowanie spotów i filmów do wymogów poszczególnych właścicieli ekranów.

VI. EMISJA SPOTÓW NA PLATFORMIE YOUTUBE

1. Emisja 2 spotów 45 s. będzie realizowana przez jeden miesiąc z wykorzystaniem formatów:
 - a) Skippable In-Stream Ads
 - b) In-Feed Video Ads: emisja miniatur spotów w wynikach wyszukiwania YouTube, obok podobnych filmów lub na stronie głównej YouTube w wersji mobilnej,
 - c) na urządzeniach Connected TV (Smart TV).
2. Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia:
 - a) minimalnej łącznej liczby UU z woj. mazowieckiego dla dwóch spotów na poziomie min. 160 000 unikalnych użytkowników (UU) w okresie emisji (30 dni),
 - b) minimalnej liczby UU z woj. mazowieckiego dla każdego ze spotów: min. 80 000 UU,
 - c) emisji z deduplikacją użytkowników (Unique Reach).
4. Emisja musi obejmować emisję wieloekranową (multi-screen), w tym obowiązkowo:
 - a) urządzenia mobilne,
 - b) komputery,
 - c) Connected TV (Smart TV).
5. Emisja spotów musi być geotargetowana na województwo mazowieckie.
6. Wykonawca zapewni optymalizację emisji spotów pod kątem maksymalizacji zasięgu oraz efektywnego wykorzystania budżetu, z uwzględnieniem emisji na urządzeniach o najwyższych wskaźnikach uwagi

(w szczególności CTV). Jednocześnie Zamawiający nie określa minimalnego udziału procentowego emisji na urządzeniach Connected TV. Wystarczające jest ich uwzględnienie w miksie emisyjnym, przy założeniu realizacji wszystkich wymaganych wskaźników.

VII. EMISJA SPOTÓW NA PLATFORMACH STREAMINGOWYCH (OTT)

1. Emisja 2 spotów 45 s. rotacyjnie na platformach streamingowych (OTT), każdy ze spotów ma być wyświetlony co najmniej 4 razy dziennie w przedziale czasowym 6.00-22.00 przez jeden miesiąc.
2. Docelowa grupa odbiorców działania to osoby w wieku 16+ zamieszkujące województwo mazowieckie.
3. Emisja ma być w dwóch serwisach streamingowych (OTT), które mają po minimum 1 mln realnych użytkowników (UU).
4. Spoty mają się być emitowane w formacie Pre-roll min. 8 razy dziennie rotacyjnie.
5. Capping nie może być większy niż 2xUU/dzień.
6. Emisja spotów musi być geotargetowana na województwo mazowieckie.
7. Wykonawca ma zagwarantować dla 2 spotów 45 s. dla każdej z platform OTT oddzielnie minimalną liczbę UU z województwa mazowieckiego: min. 30 000 UU. W sumie minimalna liczba UU z woj. mazowieckiego dla obu platform streamingowych (OTT) ma wynieść minimum 60 000 UU.
8. Wykonawca w formularzu oferty ma wskazać nazwy platform streamingowych (OTT).

VIII. EMISJA FILMÓW I SPOTÓW W KINACH

1. Emisja 6 filmów (2 spoty 45 s. i 4 filmy o długości 1,5-4 min.) w kinach/sieciach kinowych przed seansami filmowymi zgodnie z poniższymi wymaganiami:
 - 1) zasięg: min. 40% – Warszawa oraz maks. 60% – pozostała część województwa mazowieckiego,
 - 2) emisja filmów przez maksymalnie 8 tygodni,
 - 3) Wykonawca ma zagwarantować minimum 15 000 widzów dla każdego z 6 filmów oddzielnie,
 - 4) grupą docelową są wszyscy mieszkańcy województwa mazowieckiego powyżej 16 roku życia.
2. Przed seansem w jednym bloku reklamowym może być wyemitowanych kilka produkcji Zamawiającego. Media plan musi zawierać informacje ile i które filmy Zamawiającego będą emitowane w ramach jednego bloku reklamowego w każdym z kin.
3. Zadaniem Wykonawcy jest takie zaplanowanie emisji filmów, żeby były rozłożone w miarę możliwości równomiernie na całym obszarze województwa mazowieckiego, tj. każdy film ma być emitowany we wszystkich subregionach Mazowsza – w miastach: Warszawa (w co najmniej w 5 kinach), Radom, Płock, Siedlce, Ciechanów, Ostrołęka (po minimum jednym kinie w każdym z tych miast), jak również w mniejszych miastach (w co najmniej 5 kinach), m.in. w: Pruszkowie, Legionowie, Piasecznie, Otwocku, Mińsku Mazowieckim, Wołominie, Żyrardowie, Sochaczewie. W sumie emisja filmów musi odbyć się w minimum 15 kinach.

IX. EMISJA SPOTÓW 45 S. NA EKRANACH LCD

Emisja 2 spotów 45 s. na wskazanych poniżej nośnikach:

A. METRO

1. Zaplanowanie emisji, zakup nośników i emisja rotacyjnie 2 spotów 45 s. na ekranach HD i jednego spotu wskazanego przez Wykonawcę na cyfrowych formatach tranzytowych w I i II linii metra. Emisja spotów przez 1 tydzień tj. przez 7 dni na każdym z nośników.
2. Częstotliwość wyświetlania na ekranach HD 2 spotów: minimum 4 wyświetlenia spotów rotacyjnie w godz.6:00-24:00 (tj. 18 h emisyjnych).

3. Częstotliwość wyświetlania na cyfrowych formatach tranzytowych jednego spotu: minimum 4 wyświetlenia w godz.6:00-24:00 (tj. 18 h emisyjnych).

4. Do zadań Wykonawcy należy przeformatowanie spotów do nośników na jakich mają być emitowane.

B. W SALONACH FITNESS

1. Zaplanowanie emisji, zakup nośników i emisja 2 spotów 45 s. na monitorach (min. 40'-50') zlokalizowanych w salonach/klubach fitness w Warszawie oraz w minimum 6 spośród 13 największych miast województwa mazowieckiego: Radom, Płock, Siedlce, Ciechanów, Ostrołęka, Żyrardów, Pruszków, Legionowo, Piaseczno, Otwock, Mińsk Mazowiecki, Wołomin, Sochaczew.

2. Dwa spoty mają być emitowane każdego dnia podczas 2 tygodniowej emisji (14 dni). Wykonawca ma zagwarantować minimum 250 000 emisji dla każdego spotu (w sumie ma zagwarantować minimum 500 000 emisji spotów). Zamawiający dopuszcza możliwość elastycznego rozmieszczenia emisji spotów w poszczególnych miastach województwa mazowieckiego, przy zachowaniu wymogu emisji obu spotów każdego dnia oraz osiągnięcia minimalnej liczby emisji dla każdego z nich.

X. PRZEKAZANIE RAPORTÓW POEMISYJNYCH

1. Wykonawca jest zobowiązany do przekazania raportów poemisyjnych potwierdzających emisję spotów i filmów na wszystkich wskazanych nośnikach przez Zamawiającego w ciągu 5 dni roboczych po zakończeniu emisji:

a) raport potwierdzający emisję spotów na obydwu platformach streamingowych (OTT) ma zawierać dane nt. skuteczności i efektywności przeprowadzonych działań, tzn. liczbę wyświetleń oraz screeny z emisji wszystkich 2 spotów na każdej z platform,

b) raport potwierdzający emisję spotów na platformie YouTube (w tym na urządzeniach typu Connected TV) ma zawierać dane nt. skuteczności i efektywności przeprowadzonych działań, tzn. zasięg (UU), całkowitą liczbę emisji reklam (liczba wyświetleń- Impressions), podział emisji według formatów reklamowych: Skippable In-Stream Ads oraz In-Feed Video Ads, podział emisji na urządzenia: Mobile / Desktop / Connected TV (o ile dostępne w raportach Google Ads / YouTube),

c) raport potwierdzający emisję spotów i filmów w kinach ma zawierać listę kin i miast oraz repertuar filmów, przy których odbyła się emisja naszych produkcji,

d) raport potwierdzający emisję spotów na ekranach HD i cyfrowych formatach tranzytowych w I i II linii metra ma zawierać informacje na temat zasięgu w postaci liczby odbiorców rozumianych jako średnia dzienna liczba osób korzystających z metra,

e) raport potwierdzający emisję spotów na ekranach LCD w salonach fitness ma zawierać informacje, w których miastach, w ilu salonach i na ilu ekranach w każdej z placówek spoty były emitowane,

f) każdy z raportów ma zawierać informacje na temat osiągniętych wskaźników,

g) raporty z emisji na nośnikach wskazanych od pkt a) do pkt e) mają zawierać autentyczne zdjęcia nośników, na których każdy z 2 spotów był emitowany – minimum 5 różnych lokalizacji nośników dla jednego spotu.

2. Każdy z raportów ma zawierać oświadczenia potwierdzające zrealizowanie emisji od operatorów nośników, na których filmy były emitowane, podpisane przez osoby/osobę do tego upoważnioną.

3. Raporty muszą spełniać wymagania z zakresu informacji i promocji dot. projektów współfinansowanych z funduszy europejskich, zgodnych z Księgą Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie 2021-2027 i zawierać wymagany logotyp, którego plik źródłowy znajduje się na stronie

www.funduszeuedlamazowska.eu: <https://funduszeuedlamazowska.eu/zasady-oznaczania-projektow-fundusze-europejskie-dla-mazowsza-2021-2027/>



4. Raporty będą przekazane drogą mailową na wskazane przez Zamawiającego adresy e-mail. Zaakceptowany ostatni raport przez Zamawiającego za ostatnią emisję na wskazanym nośniku, będzie podstawą do wystawienia protokołu odbioru. Podpisany protokół odbioru będzie podstawą do rozliczenia zamówienia. Zamawiający wypłaci wynagrodzenie Wykonawcy jednorazowo po zakończeniu realizacji umowy.