

## SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (SOPZ)

### I. Przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-edukacyjnej na temat działań realizowanych przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju, poprzez zakup powierzchni w prasie ogólnopolskiej, regionalnej oraz Internecie, na potrzeby prawidłowego przeprowadzenia dwóch części zamówienia. Zamówienie obejmuje m.in. napisanie cyklu artykułów (dalej jako: „**Materiały**”), ich publikację w mediach drukowanych i na portalach internetowych oraz realizację działań informacyjnych i promocyjnych.

### II. Termin realizacji zamówienia:

12 miesięcy od dnia podpisania umowy.

Po upływie 12 miesięcy lub po wyczerpaniu kwoty zamówienia podstawowego Zamawiający zastrzega sobie możliwość skorzystania z prawa opcji i realizacji kolejnego zamówienia o takim samym zakresie przedmiotowym i czasowym.

Dodatkowo, Zamawiający dopuszcza możliwość zmiany terminu realizacji zamówienia oraz:

- 1) zwiększenia maksymalnie o 20% liczby opublikowanych Materiałów w ramach części I;
- 2) zwiększenia przedmiotu zamówienia o realizację jednego Materiału wraz z działaniami towarzyszącymi (dalej jako: „**Część Kampanii**”) w ramach części II.

### III. Opis przedmiotu zamówienia

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja kampanii informacyjno-edukacyjnej nt. działań realizowanych przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju, poprzez zakup powierzchni w prasie ogólnopolskiej, regionalnej oraz Internecie (dalej jako: „**Kampania**”). Przedmiot zamówienia podzielony jest na dwie części.

#### Część I

##### a) przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia w ramach części I jest zakup powierzchni i publikacja, w mediach ogólnopolskich i na portalach internetowych o profilu biznes, finanse, prawo, przygotowanych we współpracy z NCBR artykułów sponsorowanych, materiałów informacyjno-edukacyjnych, materiałów promocyjnych itp. (dalej jako: „**Materiały**”) nt. działań realizowanych ze środków krajowych i unijnych, ze szczególnym uwzględnieniem konkursów i projektów finansowanych z Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój (dalej jako: „**POIR**”) oraz innych inicjatyw wdrażanych przez NCBR.

##### b) zakres terytorialny

Zamówienie realizowane będzie w mediach opiniotwórczych drukowanych i elektronicznych o wskazanym profilu oraz możliwie szerokim zasięgu.

Wśród pożądaných mediów mieszczą się:

**media biznesowe i ogólnopolskie** (dzienniki, tygodniki, miesięczniki, portale internetowe), w tym najbardziej opiniotwórcze zgodnie z rankingiem cytawalności Instytutu Monitorowania Mediów za okres styczeń-kwiecień 2018 r. oraz rankingiem TOP 15 serwisów o gospodarce i prawie Wirtualnemedi.pl za styczeń 2018 r.

- Rzeczpospolita (dziennik)
- Gazeta Wyborcza (dziennik)
- Dziennik Gazeta Prawna (dziennik)
- Puls Biznesu (dziennik)
- Gazeta Polska (tygodnik)
- Tygodnik Powszechny (tygodnik)
- Sieci Prawdy (tygodnik)
- DO RZECZY (tygodnik)
- Wprost (tygodnik)
- Newsweek (tygodnik)
- Polityka (tygodnik)
- Wszystko co Najważniejsze (miesięcznik)
- Forbes (miesięcznik)
- Gazeta Bankowa (miesięcznik)
- Magazyn Przemysłowy (miesięcznik)
- Pierwszy Milion (miesięcznik)
- money.pl (portal internetowy)
- businessinsider.com.pl (portal internetowy)
- infor.pl (portal internetowy)
- wp.pl – finanse (portal internetowy)
- rp.pl (portal internetowy)
- gazetaprawna.pl (portal internetowy)
- bankier.pl (portal internetowy)
- interia.pl – biznes, finanse, prawo (portal internetowy)
- gazeta.pl – Next (portal internetowy)
- TVN24BiS.pl (portal internetowy)

- pb.pl (portal internetowy)
- nf.pl (portal internetowy)
- egospodarka.pl (portal internetowy)
- wnp.pl (portal internetowy)
- wyborcza.biz (portal internetowy)

Sposób doboru mediów uzależniony będzie od realnych potrzeb Zamawiającego. Pod pojęciem bieżących potrzeb Zamawiającego rozumieć należy zdarzenia związane m.in. z ogłaszanymi konkursami, realizowanymi przedsięwzięciami, wynikami naborów i innymi istotnymi przesłankami związanymi z działalnością Zamawiającego oraz w terminach uzgodnionych z Zamawiającym (lub wskazanych przez Zamawiającego).

c) cel zamówienia

Realizacja kampanii w mediach papierowych i elektronicznych o wskazanym profilu oraz szerokim zasięgu, zapewni dotarcie do odbiorców, w tym do potencjalnych beneficjentów programów wdrażanych przez NCBR w całym kraju, jak również przyczyni się do prezentacji efektów, czyli n.in. innowacyjnych rozwiązań technologicznych wpływających na życie każdego człowieka.

d) opis przedmiotu zamówienia

Do zadań Wykonawcy należało będzie:

- 1) nawiązanie współpracy z wydawcami ww. tytułów i właścicielami/wydawcami portali internetowych oraz zakup powierzchni zgodnie z potrzebami zgłaszanymi przez Zamawiającego;
- 2) publikacja przygotowanych Materiałów w tytułach i na stronach mediów drukowanych wskazanych każdorazowo przez Zamawiającego, zgodnie z Tabelą nr 1 oraz w widocznym miejscu na stronach głównych lub w dedykowanych zakładkach o tematyce biznes, finanse, prawo wskazanych w Tabeli nr 2 portali internetowych. Termin emisji Materiałów wskazanych w Tabeli nr 2 wynosi co najmniej 7 dni kalendarzowych w każdym serwisie. Termin publikacji Materiałów każdorazowo wskazany zostanie przez Zamawiającego. W wyjątkowych sytuacjach, w przypadku braku możliwości publikacji Materiału w terminie wskazanym przez Zamawiającego, Zamawiający dopuszcza możliwość ustalenia w drodze roboczych konsultacji z Wykonawcą innego alternatywnego terminu;  
Zamawiający zastrzega, że wskazane w Tabeli nr 1 i nr 2 liczby przewidywanych do publikacji Materiałów w poszczególnych tytułach i na portalach są jedynie prognozą, faktyczny rozkład publikacji zależny będzie od bieżących potrzeb Zamawiającego. Możliwa jest również sytuacja braku publikacji Materiałów w wybranych tytułach, portalach. Liczba faktycznie opublikowanych Materiałów, np. w ciągu jednego miesiąca, może być różna. Rozliczenie będzie realizowane za każdy miesiąc, w którym nastąpiła publikacja;
- 3) skład, łamanie, opracowanie graficzne (layoutów) wraz ze zdjęciami, grafikami itp., przygotowanie do druku oraz do publikacji na portalach internetowych Materiałów;
- 4) nawiązanie współpracy z dziennikarzem/dziennikarzami (Zamawiający dopuszcza możliwość zaangażowania w realizację zamówienia maksymalnie 3 dziennikarzy) swobodnie poruszającego/ych się w tematyce badań, rozwoju, innowacyjnych rozwiązań, zagadnień z zakresu Funduszy Europejskich oraz ogólnie rozumianego biznesu, finansów, prawa;  
Zadaniem dziennikarza/dziennikarzy będzie:

- przygotowanie we współpracy i na tematy wskazane przez NCBR ok. 30 różnych Materiałów o objętości co najmniej ½ strony przeznaczonych do publikacji w prasie codziennej;
- przygotowanie we współpracy i na tematy wskazane przez NCBR ok. 32 różnych Materiałów o objętości co najmniej 1 strony każdy, przeznaczonych do publikacji w tygodnikach/ miesięcznikach;
- przygotowanie we współpracy i na tematy wskazane przez NCBR ok. 100 różnych Materiałów o objętości co najmniej 1500 znaków (ze spacjami) każdy;
- opcjonalnie nawiązanie kontaktu z wybranymi beneficjentami NCBR (telefon, e-mail) celem przeprowadzenia wywiadu, pozyskania informacji niezbędnych do przygotowania Materiałów;

Zamawiający zastrzega, że wskazane powyżej liczby przygotowanych Materiałów mogą się zmieniać w zależności od bieżących potrzeb, przez co np. wskazana powyżej liczba 30 publikacji w prasie codziennej może zostać pomniejszona, kosztem przygotowania dodatkowych Materiałów do publikacji w wybranych tygodnikach/ miesięcznikach czy na portalach internetowych;

- 5) zakup 100 zdjęć ze Stocka do wykorzystania w przygotowywanych Materiałach, razem z przekazaniem Zamawiającemu praw do nich, pozwalających na wykorzystywanie w celach informacyjno-promocyjnych wykraczających poza przedmiot zamówienia;
- 6) opcjonalnie, w uzasadnionych przypadkach stworzenie infografik, wykresów na podstawie danych przekazanych przez Zamawiającego, niezbędnych do właściwego zobrazowania treści prezentowanych w Materiałach;
- 7) oznakowanie przygotowanych Materiałów ciągiem logotypów udostępnionych przez Zamawiającego lub logo NCBR oraz informacją „Materiał przygotowany we współpracy z NCBR” lub „Materiał informacyjny NCBR”;
- 8) przekazanie do akceptacji Zamawiającego wszystkich Materiałów powstałych w trakcie realizacji zamówienia, m.in. treści, opracowań graficznych oraz zaplanowanych działań promocyjnych, wraz z uwzględnieniem udzielonych przez Zamawiającego uwag lub wskazówek w tym zakresie;
- 9) realizacja działań promocyjnych zaproponowanych przez Wykonawcę, zwiększających liczbę czytelników przygotowanych Materiałów i przedłużających ich żywotność, w tym przygotowanie i publikacji co najmniej dwóch wpisów w mediach społecznościowych dla każdego z Materiałów, reklamy/informacji zachęcającej do przeczytania wybranych 10 Materiałów na pierwszej stronie prasy drukowanej, linku na stronie głównej portalu internetowego przekierowującego czytelnika bezpośrednio do promowanego Materiału o ile nie jest on opublikowany na stronie głównej portalu (forma prezentacji – grafika/tekst – uzależniona od tematyki i potrzeb Zamawiającego – każdorazowo do potwierdzenia);  
Zamawiający zastrzega sobie prawo akceptacji i zgłaszania uwag do każdego z zaproponowanych działań promocyjnych przed jego realizacją. Poza działaniami obowiązkowymi dla każdego z Materiałów Zamawiający dopuszcza możliwość realizacji działań promocyjnych dedykowanych, dopasowywanych każdorazowo do tematyki i rodzaju Materiału;
- 10) przekazanie Zamawiającemu po zakończeniu każdego miesiąca raportu potwierdzającego realizację przedmiotu zamówienia, wraz ze zdjęciami, PrtScn ze stron internetowych, linkami, skanami stron gazet, na których opublikowane zostały Materiały, wraz z potwierdzeniami zrealizowanych działań promocyjnych;

Wszystkie Materiały powstałe w ramach zamówienia muszą być poprawne językowo, gramatycznie, interpunkcyjnie, atrakcyjne, dostosowane do odbiorców, wzbogacone o ciekawą oprawę graficzną oraz odpowiednio oznakowane, zgodnie z pkt 7.

Tabela nr 1

Tytuł	Prognozowana liczba publikacji		
<b>DZIENNIKI (30 publikacji)</b>			
<b>Rzeczpospolita</b>	<b>2</b>		<b>5</b>
<b>Gazeta Wyborcza</b>	<b>2</b>		<b>3</b>
<b>Dziennik Gazeta Prawna</b>	<b>2</b>		<b>7</b>
<b>Puls Biznesu</b>	<b>2</b>		<b>7</b>
Numer strony	3		5-7
<b>TYGODNIKI (19 publikacji)</b>			
<b>Gazeta Polska</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Tygodnik Powszechny</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Sieci Prawdy</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>DO RZECZY</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Wprost</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>Newsweek</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>Polityka</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Numer strony	5-10	11-20	21-40
<b>MIESIĘCZNIKI (13 publikacji)</b>			
<b>Forbes</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Gazeta Bankowa</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Magazyn Przemysłowy</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Pierwszy Milion</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Wszystko co Najważniejsze</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Numer strony	5-10	11-20	21-40

Tabela nr 2

Tytuł	Prognozowana liczba publikacji
<b>PORTALE INTERNETOWE (100 publikacji)</b>	
money.pl	7

businessinsider.com.pl	7
infor.pl	7
wp.pl - finanse	7
rp.pl	7
gazetaprawna.pl	7
bankier.pl	6
interia.pl – biznes, finanse, prawo	7
gazeta.pl	6
TVN24BiS.pl	6
pb.pl	7
nf.pl	6
egospodarka.pl	7
wnp.pl	7
wyborcza.biz	6

## Część II

### a) przedmiot zamówienia

Przedmiotem zamówienia w ramach części II jest zakup powierzchni i publikacja, w mediach regionalnych (tj. gazetach drukowanych i ich serwisach internetowych) przygotowanych we współpracy z NCBR trzech Materiałów nt. działań realizowanych ze środków unijnych, ze szczególnym uwzględnieniem programów i konkursów w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój (dalej jako: „**POWER**”) oraz realizacja kampanii banerowych w serwisach gazet wraz z działaniami promocyjnymi zwiększającymi liczbę odbiorców.

Zamawiający zastrzega, że publikacja Materiałów, realizowana będzie sukcesywnie, zgodnie z bieżącym zapotrzebowaniem Zamawiającego, związanym m.in. z ogłaszaniem konkursami, realizowanymi przedsięwzięciami, wynikami naborów i innymi istotnymi przesłankami związanymi z działalnością Zamawiającego oraz w terminach wskazanych przez Zamawiającego lub uzgodnionych z Zamawiającym.

Kampania realizowana będzie w trzech częściach. W ramach każdej części Wykonawca zrealizuje kompleksowe działania związane z przygotowaniem jednego Materiału i jego publikacją w tytułach gazet drukowanych, kolportowanych we wszystkich miastach zaproponowanych w ofercie, oraz ich serwisach internetowych wraz z działaniami towarzyszącymi (m.in. kampanią odstonową i działaniami promocyjnymi), opisanymi szczegółowo w lit. d) (dalej jako: „**Część Kampanii**”).

### b) zakres terytorialny

Zamówienie będzie realizowane w mediach regionalnych, drukowanych i elektronicznych, obejmujących zasięgiem obszar minimum 34 (tj. 70%) dawnych miast wojewódzkich wg. podziału administracyjnego Polski (1975–1998), co zapewni dotarcie do jak największej grupy odbiorców w regionach Polski.

Publikacja artykułów zrealizowana będzie w gazetach spełniających jednocześnie nw. kryteria:

- a. gazeta lokalna o zasięgu regionalnym obejmującym dawne miasto wojewódzkie zgodnie z podziałem administracyjnym Polski (1975–1998),
- b. gazeta płacona, ukazująca się w wydaniu drukowanym co najmniej 5 razy w tygodniu; w przypadku niewystępowania dziennika w wybranym regionie, Zamawiający dopuszcza możliwość zaproponowania w tym regionie gazety ukazującej się w wydaniu drukowanym jako tygodnik, spełniającej jednocześnie wszystkie pozostałe kryteria wymienione w niniejszym punkcie;
- c. gazeta, w której dominują tematy społeczne, gospodarcze, polityczne, a nie tematy o charakterze sensacji, plotek itp.,
- d. gazeta stanowiąca niezależne wydanie, niebędąca dodatkiem do dziennika ogólnopolskiego;
- e. gazeta posiadająca własny serwis internetowy.

c) cel zamówienia

Celem kampanii jest podniesienie świadomości odbiorców w regionach, w tym potencjalnych beneficjentów POWER (tj. przedstawiciele szkół wyższych oraz podmiotów i instytucji z nimi współpracujących), na temat działań objętych wsparciem w obszarze szkolnictwa wyższego i możliwości, jakie stwarzają Fundusze Europejskie. Przedstawienie założeń, spodziewanych efektów, czy dobrych praktyk, zapewni dotarcie do odbiorców z informacjami nt. tego, jak zmiany wprowadzane w szkolnictwie wyższym i nauce, w konsekwencji wpłyną na rozwój wśród młodych osób umiejętności pożądanymi na rynku pracy. Celem kampanii jest też inspirowanie potencjalnych beneficjentów i zachęcenie ich by sięgali po środki unijne w ramach konkursów POWER.

d) opis przedmiotu zamówienia

Do zadań Wykonawcy należało będzie:

- 1) zakup powierzchni w drukowanej prasie lokalnej lub regionalnej oraz publikacja artykułów/adwertoriali (dalej jako: „**Materiały**”), w gazetach spełniających jednocześnie kryteria opisane w lit. b);
- 2) druk Materiałów w kolorze, na prawej stronie, nie dalej niż na 5 stronie redakcyjnej gazety; w terminie wskazanym przez Zamawiającego, przypadającym na dzień roboczy tj. od poniedziałku do piątku. W wyjątkowych sytuacjach, w przypadku braku możliwości publikacji Materiału w terminie wskazanym przez Zamawiającego, Zamawiający dopuszcza możliwość ustalenia w drodze roboczych konsultacji z Wykonawcą, innego alternatywnego terminu publikacji;
- 3) nawiązanie współpracy z dziennikarzem swobodnie poruszającym się w tematyce z zakresu Funduszy Europejskich, edukacji, gospodarki, tematów społecznych, którego zadaniem będzie napisanie 3 (trzech) tekstów o objętości co najmniej 2500 znaków ze spacjami każdy. Teksty zostaną opracowane we współpracy z Zamawiającym i na tematy wskazane przez niego, na podstawie ogólnodostępnych informacji oraz/lub informacji udostępnionych przez Zamawiającego; opcjonalnie do zadań wykonawcy należało będzie nawiązanie kontaktu z wybranymi beneficjentami NCBR (telefon, e-mail) celem przeprowadzenia wywiadu, pozyskania informacji niezbędnych do przygotowania Materiałów.  
Wszystkie Materiały powstałe w ramach zamówienia muszą być poprawne językowo, gramatycznie, interpunkcyjnie, atrakcyjne, dostosowane do odbiorców;

- 4) wykonanie składu, łamania, opracowania graficznego (layoutów) Materiałów wraz z opatrzeniem ich zdjęciami, grafikami itp. (opcjonalnie, w uzasadnionych przypadkach stworzenie infografik, wykresów na podstawie danych udostępnionych przez Zamawiającego), przygotowanie Materiałów do druku i publikacji w serwisach internetowych gazet; Materiały zostaną przygotowane z uwzględnieniem wskazówek Zamawiającego w zakresie merytorycznym i graficznym;
- 5) zakup zdjęć ze Stocka do wykorzystania w przygotowywanych Materiałach i działaniach promocyjnych, wraz z przekazaniem Zamawiającemu praw do nich, pozwalających na wykorzystywanie w celach informacyjno-promocyjnych wykraczających poza przedmiot zamówienia;
- 6) emisja Materiałów w serwisach internetowych gazet, w których ukazała się publikacja w druku. Emisja Materiału na głównej stronie serwisu lub na podstronie/sekcji o tematyce: gospodarka, biznes lub edukacja. W przypadku gdy Materiał nie będzie opublikowany na głównej stronie serwisu, Wykonawca zapewni promocję w formie wzmianki (tj. publikacji co najmniej tytułu ze zdjęciem lub grafiką) na głównej stronie serwisu z przekierowaniem do podstrony/sekcji, na której znajduje się pełna wersja Materiału. Termin emisji Materiałów w każdym serwisie: co najmniej 7 dni kalendarzowych;
- 7) realizacja kampanii odsłonowych, banerowych dla każdej Części Kampanii w serwisach internetowych gazet, w których opublikowane będą Materiały. Banery będą emitowane na głównych stronach serwisów gazet. W ramach Części Kampanii Wykonawca przygotuje i wyemituje różne banery graficzne z wykorzystaniem np. haseł, obrazków, animacji, zdjęć, gifów, flashy (w formatach .jpg, .gif, .swf) w formacie 300 x 250 px lub/i 750 x 200 px, które kierować będą do strony internetowej wskazanej przez Zamawiającego. Formy graficzne muszą być czytelne, zrozumiałe i atrakcyjne dla odbiorcy. Minimalna wymagana przez Zamawiającego łączna liczba odsłon do osiągnięcia w ramach każdej Części Kampanii wynosi 500 000. Minimalny czas emisji banerów na każdym z serwisów wynosi 3 dni kalendarzowe.
- 8) realizacja działań promocyjnych dla każdego tytułu gazety zaproponowanych przez Wykonawcę, zwiększających liczbę czytelników Materiałów i przedłużających ich żywotność, w tym obligatoryjnie, przygotowanie i publikacja dwóch wpisów w mediach społecznościowych wszystkich tytułów gazet dla każdego z Materiałów.  
Działania promocyjne muszą być zaplanowane i zrealizowane w taki sposób, że każde działanie promocyjne, zarówno dwa obligatoryjne wpisy w mediach społecznościowych, jak i działania dodatkowe, muszą być zrealizowane każdorazowo dla każdego tytułu gazety (Zamawiający dopuszcza realizację działań w gazetach drukowanych lub/i odpowiadających im serwisach).  
Działania będą prowadzone w ciągu tygodnia lub w terminie uzgodnionym z Zamawiającym. Zamawiający zastrzega sobie prawo akceptacji i zgłaszania uwag do każdego z zaproponowanych działań promocyjnych przed jego realizacją. Poza działaniami obligatoryjnymi dla każdego z Materiałów Zamawiający dopuszcza możliwość realizacji działań promocyjnych dedykowanych, dopasowywanych każdorazowo do tematyki i rodzaju Materiału;
- 9) oznakowanie Materiałów publikowanych w prasie drukowanej oraz w serwisach internetowych gazet ciągiem logotypów udostępnionych przez Zamawiającego oraz informacją „Materiał przygotowany we współpracy z NCBR” lub „Materiał informacyjny NCBR”;
- 10) przedstawienie do akceptacji Zamawiającego media planów dla każdej Części Kampanii, zawierających m.in.:
  - a. tytuły gazet drukowanych oraz adresy serwisów internetowych, w których opublikowany będzie Materiał,
  - b. daty publikacji w gazetach drukowanych, serwisach internetowych, terminy kampanii odsłonowych,
  - c. miasta, w których kolportowana jest gazeta zgodnie z kryteriami opisanymi w lit. b),
  - d. zasięgi dla danego dnia publikacji,
  - e. wykaz proponowanych działań promocyjnych;



- 11) przekazanie do akceptacji Zamawiającego wszystkich Materiałów i projektów graficznych powstałych w trakcie realizacji zamówienia, tj. m.in. treści, banerów internetowych, grafik wykorzystywanych do działań promocyjnych oraz uwzględnienie uwag lub wskazówek Zamawiającego, udzielonych w tym zakresie;
- 12) przekazanie Zamawiającemu raportów z przeprowadzonych Części Kampanii, potwierdzających realizację przedmiotu zamówienia związanego z publikacją jednego Materiału wraz z działaniami towarzyszącymi, zawierającego wykaz przeprowadzonych działań, zdjęcia, PrintScrn ze stron internetowych, linki, skany gazet, w których opublikowane zostały Materiały, statystki dot. liczby odsłon wraz z potwierdzeniami zrealizowanych działań promocyjnych.