

Warszawa, dnia 12 września 2018 r.

BF-II-3710-5/18

Do Wykonawców

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na „Kampanię dotyczącą praw pokrzywdzonych.”

Zmiany treści SIWZ Nr 5

Ministerstwo Sprawiedliwości, jako Zamawiający w przedmiotowym postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego, działając zgodnie z art. 38 ust. 4 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2017 r. poz. 1579 i 2018), zwanej dalej „ustawą”, zmienia treść SIWZ.

Poz. 1.

TOM II SIWZ Istotne dla stron postanowienia umowy otrzymują brzmienie zgodnie z Załącznikiem nr 1 do niniejszego pisma.

Poz. 2.

TOM III SIWZ Opis przedmiotu zamówienia Załącznik nr 1 do Umowy otrzymuje brzmienie zgodnie z Załącznikiem nr 2 do niniejszego pisma.

Poz. 3.

Pkt 3 Formularza „Oferta” SIWZ TOM I otrzymuje brzmienie: (w załączeniu ujednolicony Formularz „Oferta”)

3. OFERUJEMY wykonanie całego przedmiotu zamówienia **za łączną cenę brutto:**
_____ zł

(słownie złotych: _____)

w tym podatek vat 23%, w tym:

Ceny brutto za:

L.p.	Zakres wykonania przedmiotu zamówienia	Wartość brutto w złotych
1.	Wykonanie przedmiotu zamówienia, w zakresie określonym w § 6 ust. 3 pkt 1 Istotnych dla stron postanowień umowy, którego cena brutto stanowi nie więcej niż 30 % ceny oferty.	
2.	Wykonanie przedmiotu zamówienia, w zakresie określonym w § 6 ust. 3 pkt 2 Istotnych dla stron postanowień umowy.	
Suma		

(nazwa Wykonawcy/Wykonawców)	OFERTA
---------------------------------	---------------

Do
Ministerstwa Sprawiedliwości
Al. Ujazdowskie 11
00-567 Warszawa

Nawiązując do ogłoszenia o zamówieniu w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonym w trybie przetargu nieograniczonego na:

Kampanię dotyczącą praw pokrzywdzonych

znak: BF-II-3710-5/18

MY NIŻEJ PODPISANI

działając w imieniu i na rzecz

(nazwa (firma) dokładny adres Wykonawcy/Wykonawców)
(w przypadku składania oferty przez podmioty występujące wspólnie podać nazwy(firmy) i dokładne adresy wszystkich wspólników spółki cywilnej lub członków konsorcjum)

1. **SKŁADAMY OFERTĘ** na wykonanie przedmiotu zamówienia zgodnie z treścią SIWZ.
2. **OŚWIADCZAMY**, że zapoznaliśmy się z ogłoszeniem o zamówieniu, SIWZ oraz wyjaśnieniami i zmianami SIWZ przekazanymi przez Zamawiającego i uznajemy się za związanych określonymi w nich postanowieniami i zasadami postępowania.
3. **OFERUJEMY** wykonanie całego przedmiotu zamówienia **za łączną cenę brutto:**

_____ **zł**
(słownie złotych: _____)

w tym podatek vat 23%, w tym:

Ceny brutto za:

L.p.	Zakres wykonania przedmiotu zamówienia	Wartość brutto w złotych
1.	Wykonanie przedmiotu zamówienia, w zakresie określonym w § 6 ust. 3 pkt 1 Istotnych dla stron postanowień umowy, którego cena brutto stanowi nie więcej niż 30 % ceny oferty.	

2.	Wykonanie przedmiotu zamówienia, w zakresie określonym w § 6 ust. 3 pkt 2 Istotnych dla stron postanowień umowy.	
Suma		

4. **DEKLARUJEMY** wskaźnik GRP w odniesieniu do kryterium „Zasięg” w ramach podkryterium nr 1 „Telewizja”: GRP ... (proszę wpisać liczbę).
5. **DEKLARUJEMY** sumaryczny nakład wszystkich wydań prasowych, w których w ramach Kampanii zamieszczane będą reklamy i artykuły sponsorowane w odniesieniu do kryterium „Zasięg” w ramach podkryterium nr 2 „Prasa”: N ... (proszę wpisać liczbę).
6. **PRZEDSTAWIAMY** opis Harmonogramu realizacji zgodnie z załącznikiem do oferty.
7. **PRZEDSTAWIAMY** opis Strategii komunikacji zgodnie z załącznikiem do oferty.
8. **PRZEDSTAWIAMY** opis Koncepcji kreatywnej zgodnie z załącznikiem do oferty.
9. **ZOBOWIĄZUJEMY SIĘ** do wykonania zamówienia w terminie określonym w SIWZ.
10. **AKCEPTUJEMY** warunki gwarancji określone w SIWZ.
11. **AKCEPTUJEMY** warunki płatności określone w SIWZ.
12. **JESTEŚMY** związani ofertą przez okres wskazany w SIWZ.

Na potwierdzenie powyższego wnieśliśmy wadium w wysokości _____ PLN w formie

Wadium należy zwrócić przelewem na konto nr

_____*

(w przypadku wniesienia w formie pieniądza)

13. **OŚWIADCZAMY**, że następujące części (zakresy) zamówienia wykonamy z udziałem podwykonawców:

	Zakres	Podwykonawca (nazwa i adres)
1.1		
1.2		

14. **OŚWIADCZAMY**, iż informacje i dokumenty zawarte na stronach nr od ___ do ___ stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, co wykazaliśmy w Załączniku nr ___ do Oferty i zastrzegamy, że nie mogą być one udostępniane.
15. **OŚWIADCZAMY**, że zapoznaliśmy się z Istotnymi dla Stron postanowieniami umowy zawartymi w SIWZ i zobowiązujemy się, w przypadku wyboru naszej oferty, do zawarcia umowy zgodnej z niniejszą ofertą, na warunkach określonych w SIWZ, w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.
16. **OFERTĘ** składamy na _____ stronach.
17. **WSZELKĄ KORESPONDENCJĘ** w sprawie postępowania należy kierować na poniższy adres:
Imię i nazwisko:
Adres:.....
tel. _____ fax _____ e-mail: _____

18. **HASŁO** dostępu do pliku JEDZ: _____

Poz. 4.

W Rozdziale 14 TOM I SIWZ pkt. 14.1. otrzymuje brzmienie:

14.1. Wykonawca w Formularzu „Oferta” określi łączną cenę oferty brutto za realizację całego przedmiotu zamówienia oraz ceny brutto za zakresy wykonania przedmiotu zamówienia. Cena brutto za wykonanie przedmiotu zamówienia w zakresie określonym w § 6 ust. 3 pkt 1 Istotnych dla stron postanowień umowy, nie może wynosić więcej niż 30% łącznej ceny oferty brutto. Określenie ceny brutto za wykonanie przedmiotu zamówienia w zakresie określonym w § 6 ust. 3 pkt 1 Istotnych dla stron postanowień umowy wyższej niż 10% łącznej ceny oferty brutto będzie skutkowało odrzuceniem oferty na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2 ustawy Pzp. Łączna cena oferty brutto musi zawierać wszystkie elementy związane z realizacją przedmiotu zamówienia.

Poz. 5.

W Rozdziale 19 TOM I SIWZ dodaje się pkt. 19.3., który otrzymuje brzmienie:

19.3. Wykonawca, przed podpisaniem umowy, zobowiązany jest do przekazanie Zamawiającemu szczegółowej specyfikacji cenowej przedmiotu zamówienia, zawierającej co najmniej:

- a) cenę brutto w złotych przedmiotu zamówienia za opracowanie i uruchomienie strony internetowej Funduszu Sprawiedliwości, która będzie stanowić nie więcej niż 1 % ceny oferty,
- b) cenę brutto w złotych przedmiotu zamówienia za opracowanie koncepcji kreatywnej, harmonogramu i strategii komunikacji, która będzie stanowić nie więcej niż 4 % ceny oferty,
- c) cenę brutto w złotych przedmiotu zamówienia za produkcję i przygotowanie do emisji filmów, audycji telewizyjnych, spotów, w tym spotów reklamowych, spotów telewizyjnych, która będzie stanowić nie więcej niż 25 % ceny oferty,
- d) cenę brutto w złotych przedmiotu zamówienia za pozostałe wykonanie przedmiotu zamówienia.

Zamawiający w przedmiotowym postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego, działając zgodnie z art. 38 ust. 6 ustawy w związku z art. 38 ust. 4 ustawy zmienia treść SIWZ poprzez zmianę:

- 1) terminu składania ofert na **dzień 25.09.2018 r. godz. 12:00**;
- 2) terminu otwarcia ofert na **dzień 25.09.2018 r. godz. 13:00**.

Zmiany treści SIWZ są wiążące dla Wykonawców.

DYREKTOR
Biura Finansów

Jarosław Wyżgowski

19. Inne informacje dla prawidłowego dostępu do dokumentu JEDZ:

20. ZAŁĄCZNIKAMI do oferty są:

_____ dnia ____ ____ roku

(podpis Wykonawcy/Pelnomocnika)

* niepotrzebne skreśli

Istotne dla stron postanowienia umowy

Umowa nr....

zawarta w Warszawie, w dniu, pomiędzy:

Ministerstwem Sprawiedliwości *statio fisci* Skarbu Państwa - z siedzibą w Warszawie przy Al. Ujazdowskich 11, numer identyfikacyjny NIP **526-16-73-166**, zwanym dalej „Zamawiającym”, reprezentowanym przez:

.....
.....

a
..... z siedzibą
w (kod pocztowy) adres:
....., wpisaną do
Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy
..... Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS
....., o kapitale zakładowym w wysokościzł, NIP
....., REGON /, adres
....., wpisanym do ewidencji działalności gospodarczej,
NIP, REGON zwanym dalej „Wykonawcą” reprezentowanym
przez:

.....
.....

w wyniku rozstrzygniętego postępowania o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego, zgodnie z przepisami ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2017 r. poz. 1579 i 2018) o następującej treści:

§ 1

1. Przedmiotem umowy jest przygotowanie oraz wdrożenie ogólnopolskiej kampanii dotyczącej praw osób pokrzywdzonych, realizowanej ze środków Funduszu Pomocy Pokrzywdzonym i Pomocy Postpenitencjarnej zwanego dalej „Funduszem Sprawiedliwości”, którego Dysponentem jest Minister Sprawiedliwości.
2. Użyte w dalszej części umowy określenia „kampania” lub „przedmiot umowy” oznaczają przedmiot umowy określony w ust. 1.
3. Przedmiot umowy obejmuje w szczególności:
 - 1) opracowanie szczegółowej strategii komunikacyjnej kampanii,
 - 2) opracowanie szczegółowej kreacji kampanii,
 - 3) przygotowanie i produkcja materiałów graficznych,
 - 4) przygotowanie i realizacja kampanii za pomocą środków przekazu określonych z załączniku nr ... - szczegółowy opis przedmiotu zamówienia,
 - 5) opracowanie harmonogramu i działań i planu wdrożenia,
 - 6) opracowanie szczegółowych media planów wraz z rekomendacjami dotyczącymi sposobu i formy przeprowadzenia kampanii wraz z podaniem estymowanych wskaźników dotarcia kampanii do odbiorcy,
 - 7) zakup powierzchni reklamowej oraz czasu antenowego w celu przeprowadzenia kampanii,
 - 8) produkcja reklam, spotów informacyjnych, spotów promocyjnych, spotów reklamowych, audycji telewizyjnych i radiowych, filmów na potrzeby przeprowadzenia kampanii,
 - 9) przygotowanie strony internetowej Funduszu Sprawiedliwości;
 - 10) nasłuch medialny,
 - 11) reakcja na sytuacje kryzysowe PR,
 - 12) przygotowanie raportu końcowego,
 - 13) Opis przedmiotu umowy określa Załącznik nr 1 do umowy.

4. Zamawiający zastrzega sobie możliwość zorganizowania spotkań roboczych z Wykonawcą w celu dookreślenia sposobu realizacji zadań wchodzących w zakres przedmiotu zamówienia. Terminy spotkań zostaną ustalone w trybie roboczym.
5. Wykonawca na wezwanie Zamawiającego zobowiązany jest złożyć pisemny raport z realizacji przedmiotu umowy. Raport musi zawierać dane i informacje wskazane w wezwaniu. Wykonawca przedstawi taki raport w terminie do 3 dni roboczych, licząc od daty doręczenia wezwania.
6. Wezwania do przedstawienia raportu będą przesyłane w formie elektronicznej na adres wskazany przez Wykonawcę.
7. Raport, o którym mowa w ust. 6 będzie doręczany w formie elektronicznej na adres wskazany przez Zamawiającego.
8. Wykonawca zobowiązany jest do sporządzenia i dostarczenia Zamawiającemu w formie papierowej i elektronicznej (na nośniku USB, płycie CD lub DVD) raportu końcowego, zawierającego informacje dotyczące realizacji przedmiotu zamówienia określone w Załączniku nr 1. Raport zostanie dostarczony w terminie do 15 marca 2019 roku.
9. Zamawiający zobowiązuje się do bieżącej współpracy przy realizacji przedmiotu umowy, w tym w szczególności przekazywania Wykonawcy wszystkich będących w jego dyspozycji danych i informacji niezbędnych do wykonania przedmiotu umowy. Warunki współpracy w tym zakresie Strony umowy uzgodnią w trybie roboczym.

§ 2

1. Przedmiot umowy będzie realizowany od dnia zawarcia umowy do dnia 15 marca 2019 roku, przy czym kampania musi być prowadzona przez 12 tygodni.
2. Szczegółowy wykaz terminów dotyczących realizacji poszczególnych zadań objętych kampanią określa Załącznik nr 1.
3. Wykonawca zobowiązany jest do przystąpienia do realizacji przedmiotu umowy najpóźniej następnego dnia po zawarciu umowy i realizacji przedmiotu umowy zgodnie z przedstawionymi przez niego: ofertą, harmonogramem realizacji, strategią komunikacji i opracowaną przez Wykonawcę koncepcją kreatywną, które będą stanowiły załączniki do umowy.

§ 3

1. Wykonawca zobowiązany jest do wykonania zobowiązań wynikających z umowy przy dołożeniu staranności, umiejętności i zaangażowania wymaganych od profesjonalnego dostawcy usług objętych umową. Wykonawca będzie wykonywać umowę terminowo i przy pomocy odpowiednio wykwalifikowanego i doświadczonego personelu skierowanego do współpracy z Zamawiającym.
2. Wykonawca jest uprawniony do powierzenia podwykonawcom części przedmiotu umowy, które wskazał uprzednio w ofercie, jako części zamówienia, których wykonanie powierzy podwykonawcom. Zamawiający dopuszcza w trakcie realizacji umowy możliwość zmiany podwykonawców wskazanych przez Wykonawcę po uprzednim uzyskaniu pisemnej zgody Zamawiającego.
3. Wykonawca ponosi odpowiedzialność za działania lub zaniechania podwykonawców i osób trzecich, działających w jego imieniu, tak jak za działania lub zaniechania własne.
4. Wykonawca oświadcza, iż dysponuje odpowiednim potencjałem techniczno-organizacyjnym, osobowym, a także wiedzą i kwalifikacjami pozwalającymi na należyte zrealizowanie przedmiotu umowy.
5. Wykonawca zobowiązany jest skierować do realizacji przedmiotu umowy osoby wskazane w wykazie osób, złożonym wraz z ofertą określonych, jako Zespół Dedykowany. Wykaz osób wchodzących w skład Zespołu Dedykowanego, w tym osobę pełniącą rolę koordynatora projektu określa załącznik numer do umowy.
6. Osoba pełniąca rolę koordynatora projektu, koordynuje wszystkie działania Wykonawcy na każdym etapie realizacji przedmiotu umowy.
7. Wszelkie zmiany dokonywane przez Wykonawcę w składzie osobowym Zespołu Dedykowanego, w stosunku do składu wskazanego w ofercie są możliwe jedynie za uprzednią, pisemną zgodą Zamawiającego, wyłącznie w przypadku zdarzeń losowych, których nie można było wcześniej przewidzieć przy dochowaniu należytej staranności, a w szczególności długotrwałej choroby, długotrwałej niezdolności do pracy. Nowa osoba wprowadzona do Zespołu Dedykowanego przez Wykonawcę w celu realizacji zadań wynikających z przedmiotu

umowy musi spełniać warunki określone w SIWZ. Zmiana osób wchodzących w skład Zespołu Dedykowanego nie stanowi podstawy do zmiany umowy.

8. Wykonawca w ramach wynagrodzenia określonego w § 6 ust. 1 zobowiązany jest do przeniesienia na Zamawiającego autorskich praw majątkowych do wszelkich utworów wytworzonych przez Wykonawcę w ramach realizacji niniejszej umowy. Zasady przeniesienia autorskich praw majątkowych zostały określone w § 7.

§ 4

1. Wykonawca w trakcie realizacji przedmiotu umowy, zobowiązany jest do podjęcia działań gwarantujących możliwość wygenerowania zasięgu dotarcia kampanii do odbiorców na poziomie co najmniej oraz zapewnienia sumarycznego nakładu wszystkich wydań prasowych, w których w ramach kampanii zamieszczane będą reklamy i artykuły sponsorowane wynoszącego co najmniej (dane do uzupełnienia zgodnie z treścią oferty Wykonawcy).
2. Wszystkie projekty opracowane przez Wykonawcę, w celu realizacji przedmiotu zamówienia będą podlegać akceptacji Zamawiającego. W szczególności dotyczy to: scenariuszy i scenopisów reklam, filmów, spotów, audycji radiowych i telewizyjnych, koncepcji graficznych, artykułów sponsorowanych, reklam prasowych, treści umieszczanych na stronie internetowej Funduszu Sprawiedliwości oraz w serwisach internetowych i społecznościowych. Przygotowane przez Wykonawcę projekty będą dostarczane do akceptacji Zamawiającego za pośrednictwem poczty elektronicznej na adres wskazany przez Zamawiającego.
3. Projekt dotyczący strony internetowej oraz treść informacji wykorzystanych w spotach informacyjnych oraz spotach promocyjnych, zamieszczanych za pomocą serwisu YouTube muszą być przygotowane w języku polskim, angielskim i ukraińskim.
4. Zamawiający będzie zgłaszał uwagi i przedstawiał propozycje do wszystkich projektów opracowanych w trakcie realizacji przedmiotu zamówienia w terminie 3 dni roboczych od dnia doręczenia danego projektu.
5. Poprawiony projekt, musi zostać przedstawiony Zamawiającemu w ciągu 24 godzin od daty doręczenia uwag i propozycji. Jeśli określony powyżej termin będzie niemożliwy do realizacji, z przyczyn niezależnych od Wykonawcy, wówczas Zamawiający wyznaczy Wykonawcy odpowiedni inny termin, nie dłuższy jednak niż 48 godzin (łącznie z poprzednimi 24 godzinami).
6. Akceptacja wersji końcowej materiałów reklamowych, a w szczególności projektów reklamowych przeznaczonych do emisji, należy do Zamawiającego.
7. Uwagi do przekazanych Zamawiającemu projektów będą wnoszone za pośrednictwem poczty elektronicznej. Adresy do korespondencji i kontaktu pomiędzy Zamawiającym a Wykonawcą zostaną wskazane w trybie roboczym. Wprowadzenie przez Wykonawcę, zgłoszonych przez Zamawiającego zmian i poprawek do materiałów opracowanych przez Wykonawcę w celu realizacji przedmiotu zamówienia nie stanowi podstawy do żądania przez Wykonawcę dodatkowego wynagrodzenia.
8. Zamawiający dokona odbioru wszystkich zaakceptowanych przez niego materiałów, wyprodukowanych przez Wykonawcę w trakcie realizacji przedmiotu zamówienia na podstawie protokołu odbioru i raportu końcowego z realizacji przedmiotu zamówienia. Zasady odbioru poszczególnych materiałów Strony określą w trybie roboczym.

§ 5

1. Strony wyznaczają następujące osoby odpowiedzialne za koordynację prac będących przedmiotem umowy uprawnione do kontaktów w tym zakresie oraz do odbioru zrealizowanego przedmiotu umowy, jak również do kontaktu roboczego:
 - a. ze strony Zamawiającego:
 - b. ze strony Wykonawcy:
2. Przedstawiona lista osób do kontaktów roboczych może ulec zmianie. W takim przypadku Strona zobowiązana jest powiadomić drugą Stronę umowy przesyłając jej za pośrednictwem poczty elektronicznej, na adres wskazany do kontaktów roboczych, zaktualizowaną listę osób. Osoby wskazane w ust. 1 niniejszego paragrafu nie są upoważnione do dokonywania innych czynności, aniżeli wskazanych w tym ustępie. W szczególności nie są one uprawnione do składania oświadczeń woli zmierzających do zmiany, uzupełnienia

postanowień lub rozwiązania niniejszej umowy lub skutkiem, których to oświadczeń byłaby zmiana, uzupełnienie lub rozwiązanie umowy.

3. Zamawiający ma prawo żądać od Wykonawcy zmiany osób wyznaczonych do kontaktów z Zamawiającym. Wykonawca winien wykonać żądanie Zamawiającego w terminie 2 dni od daty przedstawienia Wykonawcy przedmiotowego żądania.
4. Wszelkie kontakty robocze będą realizowane bezpośrednio lub z wykorzystaniem telefonu, poczty elektronicznej oraz innych narzędzi komunikacji.
5. Strony zgodnie ustalają, że w celu komunikacji w ramach realizacji umowy będą używać poczty elektronicznej w postaci przesyłania wiadomości e-mail opatrzonych każdorazowo imieniem i nazwiskiem osoby wysyłającej wiadomość, bez konieczności podpisywania korespondencji kwalifikowanym podpisem elektronicznym. Na potrzeby realizacji umowy Strony udostępniają adresy e-mail określone w ust. 1. Strony gwarantują, iż powyższymi adresami posługiwać się mogą wyłącznie osoby upoważnione do kontaktów z drugą Stroną.

§ 6

1. Z tytułu należytej realizacji przedmiotu umowy, Wykonawcy przysługuje łączne wynagrodzenie w kwociezł brutto (słownie: złotych).
2. Wynagrodzenie, o którym mowa w ust. 1, jest kwota, ryczałtowa i obejmuje wszelkie roszczenia Wykonawcy wobec Zamawiającego z tytułu wykonania przedmiotu umowy oraz koszty Wykonawcy wynikające z tytułu przeniesienia na Zamawiającego autorskich praw majątkowych oraz zależnych praw autorskich do utworów wykonanych przez Wykonawcę, w celu realizacji przedmiotu umowy stanowiących przedmiot prawa autorskiego, podatki, opłaty i inne koszty. Wykonawca nie jest uprawniony do żądania podwyższenia Wynagrodzenia.
3. Zapłata wynagrodzenia będzie następowała w dwóch transzach w wysokości:
 - 1) Nie więcej niż 30% łącznego wynagrodzenia brutto, o którym mowa w ust. 1 za wykonanie przedmiotu umowy obejmującego opracowanie: strategii komunikacyjnej, koncepcji kreatywnej, harmonogramu działań, przygotowanie i uruchomienie strony internetowej oraz produkcję i dostarczenie Zamawiającemu - gotowych do emisji: spotów telewizyjnych i radiowych, filmów, audycji telewizyjnej, spotów reklamowych,
 - 2) Pozostała po zapłaceniu części określonej w ust. 3 pkt. 1 część łącznego wynagrodzenia brutto, o którym mowa w ust. 1 obejmującego pozostałe koszty Wykonawcy poniesione w związku z realizacją przedmiotu umowy. Wysokość wynagrodzenia za wykonanie poszczególnych zadań w ramach przedmiotu umowy określa Załącznik nr Specyfikacja cenowa.
4. Wykonawca wystawi faktury po podpisaniu przez Zamawiającego odpowiednio: protokołu odbioru przedmiotu umowy (dot. wynagrodzenia określonego w ust. 3 pkt. 1) i zatwierdzonego raportu końcowego (dot. wynagrodzenia określonego w ust. 3 pkt. 2).
5. Zapłata wynagrodzenia, o którym mowa w ust. 1, nastąpi przelewem bankowym na rachunek bankowy Wykonawcy wskazany w fakturach, w terminie do 21 dni od dnia dostarczenia do Zamawiającego prawidłowo wystawionych faktur.
6. W przypadku faktury wystawionej przez Wykonawcę niezgodnie z prawem lub umową, zapłata nastąpi w ciągu 21 dni od otrzymania przez Zamawiającego faktury korygującej. W takiej sytuacji Wykonawcy nie przysługują odsetki.
7. Za dzień zapłaty uważa się dzień obciążenia rachunku bankowego Zamawiającego.

§ 7

1. Wykonawca oświadcza, że przysługują mu, nieograniczone jakimikolwiek prawami osób trzecich autorskie prawa majątkowe do wszystkich materiałów wykonanych w ramach przedmiotu umowy i wykorzystanych przez Wykonawcę do realizacji przedmiotu zamówienia powstałych w wyniku wykonania niniejszej umowy jako „Utworu” w rozumieniu art. 1 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tj. Dz. U. 2018, poz. 1191), wraz z prawem zezwalania na wykonywanie zależnego prawa autorskiego do przedmiotu umowy.
2. Wykonawca zobowiązuje się w szczególności inkorporować do wszelkich umów, które go wiążą z osobami wykonującymi materiały, o których mowa w ust. 1 postanowienia pozwalające na

- skuteczne przez Wykonawcę nabycie od nich majątkowych praw autorskich do tych materiałów powstałych w wyniku realizacji przedmiotu umowy i uprawnienie do przeniesienia tego prawa na Zamawiającego, na zasadach określonych w niniejszej umowie.
3. Wykonawca oświadcza w ramach wynagrodzenia wynikającego z umowy przenosi na Zamawiającego, autorskie prawa majątkowe do utworów, o których mowa w ust. 1 oraz udziela Zamawiającemu wyłącznego upoważnienia do korzystania z autorskich praw majątkowych do korzystania z tych utworów w nieograniczonym czasie i bez ograniczeń terytorialnych UE z uwzględnieniem ponadnarodowego charakteru Internetu, w tym z prawa zezwalania na wykonywanie autorskich praw zależnych.
 4. Przeniesienie autorskich praw majątkowych na Zamawiającego upoważnia Zamawiającego do korzystania z Utworów, co, do których takie prawa zostały przeniesione na wszystkich polach eksploatacji znanych w chwili zawierania umowy w tym w szczególności na następujących polach eksploatacji:
 - 1) utrwalanie i zwielokrotnianie w całości lub w części poprzez wytwarzanie egzemplarzy jakąkolwiek techniką drukarską, zapisu magnetycznego, wszelkimi technikami graficznymi oraz techniką cyfrową,
 - 2) nadanie, w tym za pomocą wizji lub fonii przewodowej lub bezprzewodowej przy pomocy jakichkolwiek środków technicznych niezależnie od standardu, systemu, formatu, w tym nadanie za pośrednictwem satelity, transmisję przewodową lub bezprzewodową przy pomocy jakichkolwiek środków technicznych, w tym za pośrednictwem satelity,
 - 3) wykonywanie lub odtwarzanie, służące do celów marketingowych, na wewnętrznych pokazach, jakąkolwiek techniką, niezależnie od standardu, systemu i formatu,
 - 4) obrót oryginałem albo egzemplarzami, na których wyniki prac utrwalono, poprzez wprowadzenie do obrotu, użyczenie lub najem oryginału lub egzemplarzy,
 - 5) opracowanie, aranżacja, przystosowanie, zmiana układu lub jakiegokolwiek inne zmiany w zapisie komputerowym, z prawem do zwielokrotniania rezultatów tych zmian,
 - 6) rozpowszechnianie poprzez publiczne wystawianie, a także publiczne udostępnianie wyników prac w taki sposób, aby każdy mógł mieć dostęp w czasie i miejscu przez siebie wybranym, a w szczególności przez wprowadzanie do pamięci komputera i umieszczanie w sieci internetowej,
 - 7) wprowadzanie (w tym zlecenie wprowadzania osobom trzecim) dowolnych zmian w utworach, w tym m.in.: przystosowywanie, dokonywanie zmian układu, sporządzanie wyciągów, streszczeń, skrótów, dokonywanie aktualizacji, łączenie z innymi utworami oraz tłumaczenie – w odniesieniu do całości lub części.
 5. Przeniesienie autorskich praw majątkowych następuje z chwilą akceptacji przez Zamawiającego wersji końcowej danego utworu lub z chwilą wydania Zamawiającemu danego utworu, w przypadku braku obowiązku uzyskania akceptacji od Zamawiającego.
 6. Wykonawca oświadcza, że materiały reklamowe stworzone w trakcie realizacji przedmiotu umowy, lub materiały źródłowe, do których jakiegokolwiek prawa zostały lub zostaną nabyte przez Wykonawcę celem realizacji przedmiotu umowy, nie naruszają praw autorskich osób trzecich, przepisów ustawy o ochronie danych osobowych oraz uprawnień jakiegokolwiek osób związanych z rozpowszechnianiem ich wizerunku, oraz przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, są wolne od niedozwolonych zapożyczeń oraz nie mają miejsca żadne inne okoliczności, które mogłyby narazić Zamawiającego na odpowiedzialność wobec osób trzecich w wyniku korzystania z nich przez Zamawiającego.
 7. Wykonawca zabezpiecza Zamawiającego i zwalnia z odpowiedzialności w odniesieniu do roszczeń osób trzecich związanych z naruszeniem praw autorskich, zarówno majątkowych, jak i osobistych, roszczeń osób trzecich zgłoszonych w związku z rozpowszechnianiem ich wizerunków, wszelkich innych roszczeń związanych z przedmiotem niniejszej umowy, a także w odniesieniu do roszczeń lub odpowiedzialności Zamawiającego związanej z nieprawdziwością któregokolwiek z oświadczeń lub zapewnień złożonych przez Wykonawcę.
 8. W razie wystąpienia przez osobę trzecią z jakimikolwiek roszczeniami skierowanymi do Zamawiającego z tytułu naruszenia majątkowych praw autorskich lub innych opisanych w ust.6 praw, Wykonawca dostarczy niezbędne dokumenty wykazujące jego prawa i potwierdzające brak naruszenia praw osób trzecich, a w wypadku ich naruszenia zobowiązuje się do pokrycia wszelkich kosztów związanych z dochodzeniem roszczeń przez osoby trzecie, w tym zasądzonych kwot, odszkodowań oraz kosztów obsługi prawnej, w terminie do 14 dni od daty doręczenia Wykonawcy wezwania do zapłaty.

9. Wykonawca w ramach wynagrodzenia określonego w § 6 ust. 1, zobowiązuje się do przeniesienia na Zamawiającego wraz z majątkowymi prawami autorskimi do utworów, o których mowa w ust. 1, prawa do wykonywania i wyrażania zgody na wykonywanie zależnych praw autorskich, o których mowa w art. 2 i art. 46 ustawy o Prawie Autorskim, w tym między innymi prawo tworzenia utworów zależnych i dokonywania zmian w tych utworach.
10. Strony jednocześnie potwierdzają, że prawa autorskie do wszelkich przeróbek, modyfikacji i adaptacji utworów (w tym prawo do korzystania i dysponowania nimi) będą stanowiły wyłączną własność Zamawiającego zgodnie z zakresem wskazanym w umowie.
11. Strony potwierdzają, że wszelkie nabyte przez Zamawiającego na podstawie niniejszej umowy, majątkowe prawa autorskie do utworów, o których mowa w ust. 1, mogą zostać przeniesione na dowolną osobę trzecią wyznaczoną przez Zamawiającego.
12. W przypadku wcześniejszego wygaśnięcia, rozwiązania lub odstąpienia od niniejszej umowy, Zamawiający będzie miał prawo do przeniesienia na dowolną osobę trzecią, nabytych przez niego w ramach niniejszej umowy majątkowych praw autorskich do utworów, co do których nastąpiło przeniesienie autorskich praw majątkowych.
13. Wykonawca ma prawo pozostawić u siebie utrwalone Utwory, jedynie do celów własnej dokumentacji i prezentacji własnych dokonań, wyłącznie za zgodą Zamawiającego, wyrażoną na piśmie pod rygorem nieważności.
14. Rozpowszechnianie i zwielokrotnianie Utworów dotyczy całości lub ich fragmentów, samodzielnie lub z dziełami innych podmiotów lub w dziełach innych podmiotów, a także po dokonaniu opracowania redakcyjnego.
15. Zamawiający nabywa na własność egzemplarze przekazane przez Wykonawcę, na których Utwory zostały utrwalone.

§ 8

1. Wykonawca zobowiązuje się do zachowania w tajemnicy wszelkich informacji dotyczących Zamawiającego, do których Wykonawca uzyskał dostęp w wyniku współpracy przy realizacji niniejszej umowy. Przez „informacje poufne” rozumie się wszelkie informacje, z wyjątkiem dostępnych powszechnie, uzyskane przez Wykonawcę, bez względu na formę ich uzyskania lub przekazania, w związku z zawarciem lub realizacją umowy, a także treść tej umowy.
2. Odpowiedzialność Wykonawcy za dochowanie tajemnicy obejmuje również zachowania ich pracowników, podwykonawców i innych osób współpracujących z Zamawiającym. Wykonawca zobowiązuje się także do niewykorzystywania informacji poufnych i tajemnic handlowych Zamawiającego do celów niezwiązanych z należyтым wykonaniem niniejszej umowy. Zakaz ten obowiązuje Wykonawcę przez czas nieograniczony.
3. Wykonawca jest zobowiązany do zapewnienia prawidłowej ochrony informacji poufnych przed utratą, kradzieżą, zniszczeniem, zgubieniem lub dostępem osób trzecich nieupoważnionych do uzyskania dostępu do informacji poufnych.
4. Wykonawca ma prawo wykorzystać informacje, o których mowa w ust. 1, dotyczące Zamawiającego, uzyskane w toku wykonywania obowiązków wynikających z niniejszej umowy, jedynie w celu jej wykonania oraz w zakresie wykonania obowiązków wynikających z przepisów prawa powszechnie obowiązującego.
5. Wykonawca ponosi odpowiedzialność tak wobec osób trzecich, jak i wobec Zamawiającego, za szkody powstałe w związku z nienależytą realizacją obowiązków dotyczących zapewnienia poufności bezpieczeństwa informacji.
6. Wykonawca ponosi odpowiedzialność za zachowanie w poufności informacji, o których mowa w ust. 1, przez pracowników oraz podwykonawców uczestniczących w realizacji umowy.
7. Wykonawca zobowiązany jest do ograniczenia dostępu do informacji poufnych, określonych w ust. 1, wyłącznie do tych osób, dla których dostęp do tych informacji jest niezbędny w celu prawidłowego wykonania umowy.
8. Zobowiązanie do zachowania poufności nie obowiązuje Wykonawcy w przypadku, gdy informacja poufna:
 - 1) jest lub stanie się publicznie znana bez naruszenia przez Wykonawcę zobowiązania do zachowania poufności na podstawie niniejszej umowy,
 - 2) zostanie otrzymana przez Wykonawcę od osoby trzeciej bez naruszenia zobowiązania do poufności ciążącego na osobie trzeciej,

- 3) zostanie ujawniona na żądanie właściwych organów władzy państwowej, samorządowej lub sądu, zgodnie z bezwzględnie obowiązującymi przepisami prawa – z zastrzeżeniem ust. 4,
 - 4) zostanie ujawniona za uprzednią pisemną zgodą Zamawiającego, od którego informacja pochodzi.
9. W przypadku naruszenia obowiązku zachowania tajemnicy Wykonawca ponosi odpowiedzialność za szkody spowodowane ujawnieniem informacji poufnych na zasadach określonych w ustawie z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks Cywilny (Dz. U. z 2017 r. poz. 459 z późn. zm.).
 10. Wykonawca zobowiązuje się po zakończeniu realizacji umowy do zwrotu Zamawiającemu wszelkich udostępnionych dokumentów oraz wytworzonych przez siebie dokumentów w związku z realizacją umowy, wraz z nośnikami, na których zostały utrwalone. W przypadku utrwalenia na nośnikach należących do Wykonawcy informacji uzyskanych w związku z realizacją umowy, Wykonawca zobowiązuje się do usunięcia z nośników tych informacji, w tym również sporządzonych kopii zapasowych oraz zniszczenia wszelkich danych, dokumentów mogących posłużyć do odtworzenia, w całości lub części, uzyskanych w trakcie realizacji przedmiotu umowy danych i informacji.

§ 9

1. W razie niezrealizowania przedmiotu zamówienia w pełnym zakresie (wynikającym z opisu przedmiotu umowy) przed upływem 15 marca 2018 roku, Zamawiający uprawniony będzie do naliczenia Wykonawcy kary umownej w wysokości 0,2% kwoty wynagrodzenia brutto, o którym mowa w § 6 ust.1, za każdy rozpoczęty dzień opóźnienia.
2. W razie nieosiągnięcia przez Wykonawcę poziomu wygenerowania zasięgu dotarcia kampanii do odbiorców na poziomie określonym w umowie w § 4 ust.11 Zamawiający uprawniony będzie do naliczenia Wykonawcy kary umownej w wysokości 1% kwoty, o której mowa w § 6 ust.1, za każdy 1% obniżonego wskaźnika dotarcia.
3. W razie nieosiągnięcia przez Wykonawcę poziomu sumarycznego nakładu wszystkich wydań prasowych, w których w ramach kampanii zamieszczane będą reklamy i artykuły sponsorowane na poziomie określonym w umowie w § 4 ust.1, Zamawiający uprawniony będzie do naliczenia Wykonawcy kary umownej w wysokości 1% kwoty, o której mowa w § 6 ust.1, za każdy 1% obniżonego nakładu.
4. W razie opóźnień przy wprowadzaniu poprawek zgłoszonych przez Zamawiającego do przedstawionych przez Wykonawcę projektów, które będą wykorzystywane w celu realizacji przedmiotu zamówienia, Zamawiający uprawniony będzie do naliczenia Wykonawcy kary umownej w wysokości 0,2% od kwoty, o której mowa w § 6 ust.1, za każdy rozpoczęty dzień opóźnienia.
5. Za naruszenie przez Wykonawcę klauzuli poufności określonej w § 8, Zamawiający uprawniony będzie do naliczenia Wykonawcy kary umownej w wysokości 5% kwoty, o której mowa w § 6 ust.1, za każde naruszenie klauzuli poufności.
6. Za odstąpienie od umowy przez Zamawiającego z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy, a w szczególności przyczyn, o których mowa w § 10 ust. 1, Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 15 %, kwoty, o której mowa w § 6 ust.1.
7. Prawo odstąpienia nie ogranicza prawa Zamawiającemu do żądania od Wykonawcy zapłaty kar umownych.
8. Zamawiający uprawniony jest do dokonania potrącenia kwot należnych z tytułu kar umownych z kwoty wynagrodzenia Wykonawcy wskazanego w § 6 ust. 1.
9. Zamawiającemu przysługiwać będzie prawo dochodzenia odszkodowania uzupełniającego na zasadach ogólnych, w przypadku, gdy wartość szkody przekracza wysokość kar umownych.
10. Zapłata kary lub kar umownych, jak również ich potrącenie przez Zamawiającego, nie zwalnia Wykonawcy z obowiązku wykonania przedmiotu umowy.

§ 10

1. Poza przypadkami określonymi wprost w przepisach Kodeksu cywilnego, Zamawiającemu przysługiwać będzie prawo odstąpienia od umowy w przypadku:

- 1) naruszenia przez Wykonawcę praw autorskich oraz praw pokrewnych lub dóbr osobistych osób trzecich w okresie realizacji przedmiotu umowy,
 - 2) zaistnienia istotnej zmiany okoliczności powodującej, że wykonanie umowy nie leży w interesie publicznym, czego nie można było przewidzieć w chwili zawarcia niniejszej umowy,
 - 3) gdy przedmiot umowy nie będzie spełniał wymagań przedmiotowych i funkcjonalnych określonych niniejszą umową, a w szczególności w załącznikach do umowy,
 - 4) gdy jakość świadczonych usług będzie niższa niż określona w umowie,
 - 5) gdy Wykonawca nie będzie realizował niniejszej umowy przez okres dłuższy niż 14 dni kalendarzowych.
2. Oświadczenie Zamawiającego w przedmiocie odstąpienia od niniejszej umowy zostanie złożone Wykonawcy na piśmie. Zamawiający może skorzystać z przysługującego mu prawa odstąpienia w terminie 14 dni od dnia powzięcia przez Zamawiającego wiadomości, o zaistnieniu okoliczności uprawniającej go do odstąpienia od umowy.

§ 11

1. Procedury odbioru przedmiotu umowy jak również tryb postępowania przy zatwierdzaniu projektów opracowanych przez Wykonawcę w celu realizacji przedmiotu zamówienia, zostaną uzgodnione przez Strony w trybie roboczym.
2. Wzór protokołu odbioru przedmiotu umowy w zakresie określonym w § 6 ust. 3 pkt. 1 określa Załącznik numer do umowy.
3. Strony ustalają, że zaakceptowanie przez Zamawiającego raportu końcowego w formie pisemnej, stanowi potwierdzenie wykonania całego przedmiotu umowy.
4. W imieniu Zamawiającego odbioru przedmiotu umowy i akceptacji raportu końcowego dokonuje Dyrektor Departamentu Ministerstwa Sprawiedliwości, jego Zastępca lub inna wyznaczona przez nich osoba.

§ 12

1. Wykonawca wniósł zabezpieczenie należytego wykonania umowy w wysokości(słownie) co stanowi 10 % wartości brutto przedmiotu umowy.
2. W trakcie trwania umowy Zamawiający dopuszcza możliwość zmiany formy zabezpieczenia należytego wykonania umowy, pod warunkiem zapewnienia ciągłości tego zabezpieczenia przez cały okres trwania umowy.
3. Zwrot zabezpieczenia, o którym mowa w ust. 1, nastąpi w terminie 30 dni kalendarzowych od daty wykonania umowy i stwierdzenia przez Zamawiającego należytego jej wykonania.

§ 13

1. Zamawiający oświadcza, że będzie przetwarzał dane osobowe przekazane przez Wykonawcę w związku z realizacją przedmiotu umowy oraz, że posiada wdrożone odpowiednie środki techniczne i organizacyjne wymagane na mocy art. 32 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE oraz przepisów ustawy o ochronie danych osobowych.
2. Zamawiający zobowiązuje się przetwarzać dane osobowe, o których mowa w ust. 1 tylko w celu realizacji umowy i może je udostępnić innym podmiotom, w tym Zakładowi Ubezpieczeń Społecznych i innym jednostkom administracji publicznej, tylko na zasadach określonych przepisami praw regulującymi zasady przetwarzania i udostępniania przetwarzanych danych osobowych.
3. W zakresie nieuregulowanych w ust. 1 i 2 zastosowanie mają obowiązujące przepisy prawa dotyczące ochrony danych osobowych oraz postanowienia pkt. 22 Klauzula Informacyjna zawarta w Specyfikacji istotnych Warunków Zamówienia.
4. Postanowienia ust. 1 i 2 stosuje się odpowiedni w stosunku do danych osobowych przekazanych Wykonawcy przez Zamawiającego.

§ 14

1. Wszystkie zmiany niniejszej umowy mogą być dokonane tylko w formie pisemnej pod rygorem nieważności.
2. Zamawiający, zgodnie z przepisem art. 144 ust. 1 ustawy Prawo zamówień publicznych, przewiduje możliwość zmiany treści zawartej umowy w zakresie:
 - 1) zmian terminów realizacji przedmiotu umowy z przyczyn nie leżących po stronie Wykonawcy w tym będących skutkiem działania siły wyższej i potwierdzonych pisemną informacją przekazaną przez Wykonawcę,
 - 2) zmiany postanowień umowy będącej następstwem zmian powszechnie obowiązujących przepisów prawa, których uchwalenie lub zmiana nastąpiły po wszczęciu postępowania o udzielenie zamówienia publicznego, a które mają wpływ na realizację umowy i z których treści wynika konieczność lub zasadność wprowadzenia zmian postanowień umowy,
 - 3) zmian wywołanych okolicznościami, które nie były znane w momencie wszczęcia postępowania i których nie można było przewidzieć w momencie wszczęcia postępowania lub w przypadku, gdy konieczność wprowadzenia zmian będzie następstwem postanowień innych umów mających bezpośredni związek z z treścią przedmiotu umowy, w tym umów zawartych pomiędzy Zamawiającym a instytucjami nadzorującymi realizację projektu w ramach, którego realizowana jest umowa, z tym, że wynagrodzenie Wykonawcy wskazane w umowie nie ulegnie podwyższeniu.
3. Zmiany, o których mowa w ust. 1, wymagają zgody obu Stron i muszą być dokonywane w formie pisemnej, pod rygorem nieważności, w postaci aneksu.
4. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany terminów realizacji umowy za pisemną zgodą Wykonawcy, przy czym zmiana takiego terminu może być dokonana, na co najmniej 14 dni kalendarzowych przed upływem terminów wynikających z umowy.

§ 15

1. W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową, zastosowanie mają obowiązujące przepisy prawa w tym Kodeksu Cywilnego, ustawy Prawo zamówień publicznych oraz ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.
2. Wszelkie sprawy wynikłe z realizacji niniejszej umowy rozpatrywane będą przez sąd właściwy dla siedziby Zamawiającego.
3. Wszelkie zmiany niniejszej umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
4. Gdyby jakiegokolwiek postanowienie umowy okazało się nieważne lub bezskuteczne nie wpływa to na ważność i skuteczność pozostałych jej postanowień. W takim przypadku Strony zastąpią postanowienia uznane za nieważne lub bezskuteczne innymi zapisami zgodnymi z prawem adekwatnymi do realizowanego niniejszą umową celu. .
5. Wykonawca nie może przenieść całości lub części praw, ani też całości lub części obowiązków wynikających z niniejszej umowy, na inny podmiot nie będący Stroną niniejszej umowy.
6. Umowa została sporządzona w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze Stron.
7. Umowa wchodzi w życie z dniem zawarcia.
8. Załączniki:
 - 1)
 - 2)
 - 3)

Zamawiający

Wykonawca

Załącznik nr 1 do Umowy

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Część 1. INFORMACJE PODSTAWOWE

1.1 Informacje o Funduszu Sprawiedliwości

Fundusz Pomocy Pokrzywdzonym oraz Pomocy Postpenitencjarnej zwany dalej Funduszem Sprawiedliwości jest funduszem celowym ukierunkowanym na pomoc pokrzywdzonym i świadkom, przeciwdziałanie przestępczości oraz pomoc postpenitencjarną. Dysponentem Funduszu Sprawiedliwości jest Minister Sprawiedliwości. Fundusz Sprawiedliwości został utworzony na podstawie art. 43 ustawy Kodeks Karny Wykonawczy z dnia 6 czerwca 1997 r.

Szczegółowe zasady udzielania pomocy i dotacji w ramach Funduszu, zostały określone rozporządzeniem Ministra Sprawiedliwości z dnia 13 września 2017 r., w sprawie Funduszu Pomocy Pokrzywdzonym oraz Pomocy Postpenitencjarnej – Funduszu Sprawiedliwości (Dz. U. 2017, poz. 1760). Rozporządzenie określa zasady i tryby udzielania dotacji dla jednostek sektora finansów publicznych oraz dla jednostek nienależących do sektora finansów publicznych. Środki Funduszu są przeznaczane na:

- pomoc osobom pokrzywdzonym przestępstwem oraz osobom im najbliższym, zwłaszcza na pomoc medyczną, psychologiczną, rehabilitacyjną, prawną oraz materialną,
- pomoc postpenitencjarną osobom pozbawionym wolności, zwalnianym z zakładów karnych i aresztów śledczych oraz osobom im najbliższym, udzielaną przez zawodowych kuratorów sądowych oraz Służbę Więzienną,
- działalność podejmowaną lub powierzoną przez Dysponenta Funduszu, mającą na celu wsparcie i rozwój systemu pomocy dla osób pokrzywdzonych przestępstwem i świadków oraz pomocy postpenitencjarnej, a także przeciwdziałanie przyczynom przestępczości, polegającą w szczególności na:
 - a) promowaniu i wspieraniu inicjatyw i przedsięwzięć służących poprawie sytuacji osób pokrzywdzonych przestępstwem oraz skutecznej readaptacji skazanych,
 - b) podejmowaniu przedsięwzięć o charakterze edukacyjnym i informacyjnym, w tym dotyczących przyczyn i uwarunkowań przestępczości oraz jej zapobiegania,
 - c) pokrywaniu kosztów związanych z organizowaniem i prowadzeniem kształcenia, studiów podyplomowych, kursów dokształcających i szkoleń,
 - d) podejmowaniu, organizowaniu i zlecaniu badań naukowych i prac rozwojowych oraz współpracy z innymi jednostkami w tym zakresie, dotyczących sytuacji oraz potrzeb osób pokrzywdzonych przestępstwem, świadków oraz osób skazanych, a także przyczyn i uwarunkowań przestępczości oraz jej zapobiegania,
 - e) promowaniu systemu pomocy osobom pokrzywdzonym przestępstwem i świadkom

oraz pomocy postpenitencjarnej,

f) upowszechnianiu wiedzy na temat praw osób pokrzywdzonych przestępstwem oraz alternatywnych metod rozwiązywania konfliktów, w szczególności mediacji w sprawach rodzinnych, nieletnich i karnych,

g) działaniu wspierającym rodziny zagrożone dysfunkcyjnością, w szczególności w zakresie profilaktyki i terapii uzależnień oraz współzależnień i rozwiązywania konfliktów w rodzinie.

Pełen zakres świadczonej pomocy w ramach Funduszu Sprawiedliwości został wymieniony w §36 – 37 i §39 Rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 13 września 2017 r., w sprawie Funduszu Pomocy Pokrzywdzonym oraz Pomocy Postpenitencjarnej – Funduszu Sprawiedliwości. Dodatkowe informacje na temat Funduszu Sprawiedliwości można uzyskać również na stronie <http://funduszsprawiedliwosci.gov.pl>.

1.2 Grupa docelowa:

- a. ogół społeczeństwa,
- b. organizacje pozarządowe zajmujące się pomocą osobom pokrzywdzonym.

1.3 Cele kampanii informacyjnej

1.3.1 Główny cel informacyjny: Celem kampanii jest przekazanie odbiorcom ogólnych informacji o Funduszu Sprawiedliwości, jego zadaniach i funkcjach oraz możliwości skorzystania z pomocy w ramach Funduszu.

Cele szczegółowe:

- a. upowszechnienie wiedzy na temat zadań i konkursów realizowanych w ramach Funduszu Sprawiedliwości, wśród organizacji pozarządowych zajmujących się działalnością na rzecz osób pokrzywdzonych,
- b. wzrost świadomości na temat możliwości otrzymania dofinansowania w ramach Funduszu Sprawiedliwości,
- c. rozpowszechnienie wiedzy o możliwości otrzymania wsparcia w ramach działających ośrodków pomocy dla osób pokrzywdzonych przestępstwem,
- d. rozpowszechnienie wiedzy o planowanym utworzeniu sieci pomocy pokrzywdzonym – sieci ośrodków regionalnych na terenie kraju,
- e. rozpowszechnienie wiedzy o planowanym utworzeniu infolinii pomocy pokrzywdzonym,
- f. utworzenie i wypromowanie nowej strony internetowej Funduszu Sprawiedliwości.

1.3.2 Główny cel wizerunkowy: Budowanie wizerunku Funduszu Sprawiedliwości jako potrzebnego i koniecznego, który będzie służyć potencjalnym beneficjentom (osobom pokrzywdzonym przestępstwem, świadkom oraz osobom narażonym na pokrzywdzenie).

Cel szczegółowy:

- a. wzmocnienie pozytywnego wizerunku Funduszu Sprawiedliwości w mediach ogólnopolskich, regionalnych i Internecie.

1.4 Czas trwania i zasięg kampanii

Przewidywany czas realizacji przedmiotu zamówienia - do dnia 15 marca 2019 r, przy założeniu, że:

- a. kampania ma zasięg ogólnopolski,
- b. działania medialne w ramach prowadzonej kampanii muszą trwać 12 tygodni,
- c. działania medialne w telewizji muszą trwać 12 tygodni, w tym co najmniej 3 tygodnie emisji muszą zostać zrealizowane do dnia 31.12.2018 r.; całość działań medialnych w telewizji musi zakończyć się do dnia 08.03.2019 r.,
- d. działania medialne w radiu muszą trwać co najmniej 8 tygodni, w tym co najmniej 3 tygodnie emisji muszą zostać zrealizowane do dnia 31.12.2018 r.; całość działań medialnych w radiu musi zakończyć się do dnia 08.03.2019 r.,
- e. działania w outdoorze muszą trwać co najmniej 8 tygodni przy założeniu, że:
- wszystkie działania w outdoorze muszą zakończyć się w terminie do dnia 08.03.2019 r.,
 - wykonawca zapewni ekspozycję plakatów na nośnikach citylight przez okres co najmniej 8 tygodni w terminie od dnia 01.01.2019 r. do dnia 08.03.2019 r.
 - wykonawca zapewni emisję spotu reklamowego na nośnikach LCD przez okres co najmniej 4 tygodni,
- f. wykonawca przygotowuje i uruchomi stronę internetową Funduszu Sprawiedliwości w terminie od dnia podpisania umowy do dnia 05.12.2018 r., jednak nie później niż do dnia rozpoczęcia kampanii medialnej w telewizji,
- g. wykonawca przygotowuje, wyprodukuje i dostarczy Zamawiającemu - gotowe do emisji: spoty telewizyjne i radiowe, filmy, audycje telewizyjne, spoty reklamowe, do dnia 05.12.2018 r. Zamawiający dokona odbioru dostarczonych przez Wykonawcę i zaakceptowanych przez siebie materiałów na podstawie protokołu odbioru.
- h. wykonawca przygotowuje i dostarczy Zamawiającemu opracowaną w formie pisemnej strategię komunikacji, koncepcję kreatywną, harmonogram działań do dnia 05.12.2018 r.; Zamawiający dokona odbioru dostarczonych przez Wykonawcę i zaakceptowanych przez siebie materiałów na podstawie protokołu odbioru,
- i. wszystkie przekazy na wszystkich nośnikach kampanii muszą uwzględniać wymagania Zamawiającego z zakresu informacji i promocji,
- j. wszystkie przekazy na wszystkich nośnikach kampanii muszą uzyskać akceptację Zamawiającego przed publikacją.

Część 2. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Przedmiot zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie oraz wdrożenie ogólnopolskiej kampanii informacyjnej na temat działalności i zadań realizowanych przez Fundusz Sprawiedliwości,

którego dysponentem jest Minister Sprawiedliwości. Do zadań Wykonawcy będzie należało między innymi:

- a. opracowanie szczegółowej strategii komunikacyjnej, zawierającej co najmniej:
 - analizę dotychczasowych działań promocyjnych, w zakresie promocji Funduszu Sprawiedliwości, w okresie 2 lat poprzedzających działania realizowane w ramach przedmiotu zamówienia, analizę SWOT,
 - analizę możliwości realizacji strategii pod kątem narzędzi, zasobów, budżetu, harmonogramu i grup docelowych,
 - uzasadnienie proponowanych kanałów komunikacji,
 - ewaluację zawierającą plan badania rezultatów działań prowadzonych w ramach strategii;
- b. szczegółowe opracowanie koncepcji kreatywnej – szczegółowa koncepcja kreatywna powinna stanowić zrozumiałą i oryginalny pomysł charakteryzujący się niepowtarzalnością, rozpoznawalnością i zapamiętywalnością. Najważniejsze elementy kreacji kampanii powinny być spójne i rozpoznawalne. Należy unikać stylu urzędowego, wyrażeń zawiłych i niezrozumiałych dla przeciętnego odbiorcy. Zaproponowana koncepcja powinna ujmować prezentowaną tematykę w sposób oryginalny, unikalny. Przekaz powinien być jasny i dynamiczny z zastosowaniem nowoczesnych technologii. Całościowy przekaz ma być oparty na obrazie, a nie powinien skupiać się na słowie czytanim. Zamawiający określa, że opracowanie koncepcji kreatywnej (z wykorzystaniem np. rysunków, zdjęć, materiałów wideo, kreacji graficznych i innych elementów niezbędnych do przeprowadzenia kampanii przez Wykonawcę wraz z przekazaniem praw autorskich) powinno być zrealizowane w różnych formatach dostosowanych do wybranych środków komunikacji; przekaz kampanii powinien być adekwatny do poruszanej tematyki,
- c. przygotowanie i produkcja materiałów graficznych,
- d. przygotowanie i realizacja kampanii za pośrednictwem środków przekazu, o których mowa w punkcie 2 – środki przekazu zastosowane w kampanii,
- e. opracowanie harmonogramu działań i planu wdrożenia,
- f. opracowanie szczegółowych media planów wraz z rekomendacjami (w oparciu o aktualne badania marketingowe) oraz z podaniem wszystkich wskaźników odpowiednich dla danego środka przekazu. Wykonawca opracuje i przekaże do akceptacji Zamawiającego szczegółowe media plany najpóźniej 5 dni przed planowaną emisją spotów i audycji uwzględnionych w przedstawionym media planie,
- g. zakup powierzchni reklamowej oraz czasu antenowego na czas trwania całej kampanii,
- h. produkcja reklam, spotów informacyjnych, spotów promocyjnych, banerów reklamowych
- i. przygotowanie artykułów sponsorowanych,
- j. przygotowanie strony internetowej Funduszu Sprawiedliwości,
- k. nasłuch medialny - polegający na przeprowadzeniu monitoringu mediów (ogólnopolskich i regionalnych, prasy, TV, Internet) przeprowadzony podczas trwania kampanii, którego efektem ma być sporządzany co tydzień wykaz publikacji i audycji dotyczących Funduszu Sprawiedliwości i przeprowadzanej kampanii (wraz z linkami i skanami umożliwiającymi

zapoznanie się z nimi, a także z danymi o zasięgu/ dotarciu tych publikacji i audycji). Wykaz w formie pisemnej ma być dostarczany Zamawiającemu drogą elektroniczną na adres mailowy skazany przez Zamawiającego do kontaktów roboczych, w terminach ustalonych w trybie roboczym,

- l. reakcja na sytuacje kryzysowe PR – polegająca na opracowaniu planu postępowania w przypadku sytuacji kryzysu komunikacyjnego (sformułowanie definicji kryzysu, kiedy publikacja medialna lub post jest problematyczna, a kiedy to już kryzys, sposób reakcji na negatywne komentarze); w przypadku wystąpienia publikacji lub audycji o negatywnym wydźwięku lub negatywnych komentarzy internautów na profilu facebookowym Funduszu Sprawiedliwości lub w komentarzach w Internecie, Wykonawca ma za zadanie sporządzić i dostarczyć Zamawiającemu drogą elektroniczną, na adres mailowy wskazany przez Zamawiającego do kontaktów roboczych, w terminie ustalonym przez Strony w trybie roboczym, pisemne opracowanie w którym:
 - zaproponuje konkretne działania oraz rozwiązania komunikacyjne, które mają na celu poprawienie wizerunku lub mają zażegnać kryzys PR,
 - opracuje analizę dot. zaistniałego ew. kryzysu PR, sporządzeni wnioski oraz rekomendacje dotyczące działań pokryzysowych.
- m. raport końcowy zawierający szczegółowe, wyczerpujące podsumowanie dotyczące efektywności kampanii wraz z rekomendacjami na kolejną kampanię zawierający co najmniej:
 - informacje o przebiegu realizacji zamówienia,
 - dokładny harmonogram emisji audycji telewizyjnych, spotów reklamowych radiowych i telewizyjnych, filmów (daty dzienne i godziny emisji),
 - dla każdej emisji: zasięg dzienny w dniu emisji i osiągnięta liczba odbiorców, do których dotarł przekaz,
 - aktywności na profilach w serwisach społecznościowych (liczba wpisów wykonawcy, liczba udostępnień, najbardziej lubiane posty, wzrost liczby użytkowników),
 - informacja o zasięgu dla każdego artykułu prasowego w poszczególnych wydawnictwach,
 - informacja na temat wykorzystanych środków komunikacji miejskiej w podziale na poszczególne miasta i województwa,
 - załączniki (w tym nośniki CD/DVD/USB), na których znajdują się wszystkie produkty wytworzone w ramach kampanii, takie jak:
 - egzemplarze czasopism z zamawianymi artykułami,
 - nośniki z filmikami i spotami reklamowymi,
 - nagrane audycje radiowe i telewizyjne,
 - dokumentacja zdjęciowa z lokalizacjami nośników citylight,
 - raport musi zostać przedstawiony do akceptacji zamawiającego przed upływem terminu realizacji przedmiotu zamówienia, czyli do dnia 15.03.2019 r.

2. Środki przekazu zastosowane w kampanii:

- a. reklama internetowa,

- b. telewizja ogólnopolska i regionalna,
- c. prasa ogólnopolska i regionalna,
- d. radio o zasięgu ogólnopolskim,
- e. reklama outdoorowa,
- f. opracowanie i rozdysponowanie do gmin materiałów promocyjnych Funduszu Sprawiedliwości,
- g. stworzenie strony internetowej Funduszu Sprawiedliwości.

3. Szczegółowy opis środków przekazu – założenia do media planu:

3.1 Internet

Zakup mediów i prowadzenie kampanii w Internecie przy użyciu narzędzi:

3.1.1 Reklama w serwisie Google (AdWords, AdSense) - Reklama musi być prowadzona z wykorzystaniem listy słów kluczowych oraz grafik (banerów i innych elementów graficznych) dostosowanych do grupy docelowej. Kampania musi mieć zasięg ogólnopolski. Minimalny poziom KPI dla:

- Adwords - liczba przekierowań na stronę www Funduszu Sprawiedliwości po kliknięciu – 50 000
- Adsense - liczba przekierowań na stronę www Funduszu Sprawiedliwości po kliknięciu – 50 000

3.1.2 Prowadzenie i promocja fanpage'a Facebook'owego Funduszu Sprawiedliwości – prowadzenie i promocja fanpage'a Facebook'owego Funduszu Sprawiedliwości obejmuje zamieszczanie informacji związanych z przesłaniem kampanii oraz działalnością Funduszu Sprawiedliwości przez cały okres trwania kampanii, zgodnie z następującymi warunkami:

a. Wykonawca będzie zobowiązany do przygotowania i opublikowania na stronie fanpage'a facebook'owego Funduszu Sprawiedliwości, co najmniej 4 postów w tygodniu; na post będzie składała się treść oraz element dodatkowy (grafika, infografika, link, gify, itp.); elementy komunikacji, które mogą zostać użyte w poście:

- zdjęcia, grafiki, gify, infografiki, zestawienia oraz porównania,
- materiały wideo stworzone przez Wykonawcę na potrzeby kampanii w TV i YouTube,
- linki do treści na stronie Zamawiającego,
- linki do ciekawych treści, opisów wydarzeń na portalach zewnętrznych,
- linki do treści wskazanych przez Zamawiającego oraz linki do treści opracowanych przez organizację / podmioty, realizujące zadania w ramach Funduszu Sprawiedliwości.

b. wykonawca będzie zobowiązany do opracowania z tygodniowym wyprzedzeniem planu komunikacji na kolejne 7 dni. Plan komunikacji będzie podlegał zatwierdzeniu przez Zamawiającego. Zamawiający zastrzega sobie prawo zgłoszenia zmian i poprawek w przedstawionym planie komunikacji. Plan komunikacji będzie musiał zawierać:

- treści postów,
- element dodatkowy,
- proponowane daty i godziny publikacji.

c. Wykonawca będzie publikował na stronie fanpage'a facebook'owego Funduszu Sprawiedliwości wyłącznie treści zaakceptowane wcześniej przez Zamawiającego. Akceptacja treści publikowanych na stronie będzie odbywać się w trybie roboczym – poprzez komunikację drogą elektroniczną, przez osoby upoważnione do kontaktów z Wykonawcą.

d. Wykonawca będzie zobowiązany do przygotowania szaty graficznej fanpage'a (zdjęcia profilowe i belki),

e. treści zamieszczane na fanpage'u Funduszu Sprawiedliwości mają być promowane w serwisie Facebook przez cały okres trwania kampanii, w formie ustalonej w trybie roboczym, z uwzględnieniem grupy docelowej. Liczba wyświetleń promowanych materiałów w serwisie Facebook ma wynosić co najmniej 2 000 000. Wyświetlenia mają pochodzić od użytkowników, których adres IP pochodzi z terytorium Unii Europejskiej.

3.1.3 Reklama w serwisie YouTube - kampania ma być prowadzona przy użyciu tych samych spotów reklamowych, które będą emitowane w telewizji ogólnopolskiej. Kampania musi mieć zasięg ogólnopolski. Minimalna liczba UU dla każdego spotu po 400 000. Przez UU rozumie się unikalnego użytkownika, którego adres IP pochodzi z terytorium Unii Europejskiej

3.1.4 Zamieszczenie w serwisie YouTube 2 filmów informacyjnych o Funduszu Sprawiedliwości oraz 2 filmów informacyjnych skierowanych do organizacji pozarządowych – celem powyższych działań będzie poinformowanie o tworzącej się sieci ośrodków dla osób pokrzywdzonych przestępstwem. Każdy z filmów powinien być spójny wizualnie i koncepcyjnie z pozostałymi kreacjami składającymi się na przekaz kampanii. Filmy muszą być spójne wizualnie i koncepcyjnie ze spotami telewizyjnymi. Materiały filmowe zostaną wyprodukowane na podstawie scenariuszy (co najmniej 4) opracowanych przez Wykonawcę, zaakceptowanych przez Zamawiającego. Minimalna liczba UU dla jednego filmu – 400 000. Przez UU rozumie się unikalnego użytkownika, którego adres IP pochodzi z terytorium Unii Europejskiej. Filmy informacyjne mogą być zrealizowane we współpracy ze znanymi Youtuberami i influencer'ami.

3.1.5 Wymagane parametry techniczno-realizacyjne filmów w serwisie YouTube:

- o spot z napisami w języku polskim, angielskim i ukraińskim oraz podkładem muzycznym,
- o długość filmu od 3 do 5 minut,

- o standard realizacji - full HD,
- o realizacja spotu: scenariusz, montaż, tekst, podkład muzyczny.

3.2 Strona internetowa

Do zadań Wykonawcy należy przygotowanie strony internetowej według następujących założeń technicznych:

- a. strona główna – indywidualny projekt graficzny przygotowany zgodnie z wytycznymi kreacji pod kątem konkretnych grup docelowych: osób szukających pomocy, instytucji zainteresowanych pozyskaniem dotacji ze środków Funduszu,
- b. poza czytelnym rozgraniczeniem na stronie głównej, odnoszącym się do powyższych grup docelowych, na stronie głównej znajdzie się menu kierujące do rodzajów wsparcia oferowanych w ramach Funduszu Sprawiedliwości, np. pomoc pokrzywdzonym przestępstwem, pomoc postpenitencjarna itp.,
- c. opracowanie struktury i mapy strony, od poziomu głównego menu, przez poszczególne podstrony, poziom zagnieżdżenia podstron nieprzekraczający 4, w uzasadnionych przypadkach poziom zagnieżdżenia może być większy,
- d. wyszukiwarka wewnętrzna – możliwość znalezienia odpowiedniej zakładki informacyjnej przypisanej do miasta, po wpisaniu kodu pocztowego – znalezienie jednostki najbliższej do wpisanego kodu pocztowego (jednostki policji, ośrodka pomocy społecznej, punktów nieodpłatnej pomocy prawnej, ośrodków leczenia uzależnień, domów samotnej matki, ośrodków działających w ramach dotacji z Funduszu Sprawiedliwości) wraz z jej danymi teleadresowymi; do tego celu Wykonawca stworzy aktualną bazę danych wyżej wymienionych instytucji; w trakcie realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca będzie aktualizował na bieżąco bazę podmiotów, zgodnie z danymi przekazywanymi przez Zamawiającego; Zamawiający otrzyma dostęp do bazy danych, z możliwością edycji danych,
- e. zakładka kontaktowa według indywidualnego projektu wraz z rozbudowanym formularzem kontaktowym,
- f. przygotowanie grafik dopasowanych do wersji desktop oraz mobile,
- g. CMS zostanie przekazany Wykonawcy po podpisaniu Umowy,
- h. wersja responsywna,
- i. strona zgodna ze standardem WCAG 2.0,
- j. optymalizacja strony pod wyszukiwarki internetowe (keywords, tagi, metatagi, description - zredagowane pod kątem seo),
- k. integracja z platformami internetowymi pozwalającymi na sprawdzenie statusu indeksowania witryny przez wyszukiwarki,
- l. konfiguracja formularza/formularzy,
- m. integracja z narzędziami do analizy statystyki serwisów www,
- n. instalacja skryptu dla plików cookies,
- o. dostosowanie adresów url pod kątem seo (przyjazne dla wyszukiwarki),
- p. autorskie treści do wszystkich zakładek na bazie materiałów udostępnionych przez Zamawiającego,

- q. treści powinny być przygotowane prostym językiem, należy unikać żargonu prawniczego, odsyłania do konkretnych aktów prawnych; w podstronach adresowanych do osób poszukujących wsparcia należy stosować formę w rodzaju: „jestem w określonej sytuacji...” (np. skradziono mi samochód, jestem ofiarą przemocy domowej) → „powiniennem zgłosić się do...” → „powiniennem podać następujące informacje” → „otrzymam następującą pomoc”; poglądowo, Wykonawca może wykorzystać sposób przedstawiania informacji na stronie www.gov.uk/get-support-as-a-victim-of-crime,
- r. treści zawarte na stronie Funduszu Sprawiedliwości, w szczególności podstrony dotyczące obszarów wsparcia oraz konkursów/naborów wniosków ze środków Funduszu Sprawiedliwości, powinny spełniać wymogi Biuletynu Informacji Publicznej,
- s. obecnie, konkursy i nabory wniosków publikowane są w systemie naboru wniosków dostępnym pod adresem www.witkac.pl; podstrona informująca o rodzajach wsparcia w danym obszarze (po wprowadzeniu kodu pocztowego), powinna zawierać skrypt importujący dane podmiotów, które aktualnie udzielają wsparcia w danym obszarze geograficznym; dane dostępne (login i hasło), dzięki którym strona uzyska dostęp do systemu Witkac, zostaną udostępnione Wykonawcy przez Zamawiającego,
- t. mapa strony zostanie przekazana Zamawiającemu do akceptacji przed opracowaniem i opublikowaniem przez Wykonawcę treści na stronie głównej i podstronach,
- u. strona przygotowana zostanie w języku polskim, w języku angielskim oraz języku ukraińskim,
- v. w ramach umowy, po opublikowaniu gotowej strony, Wykonawca zapewni 60 godzin serwisowych obejmujących zgłoszone przez Zamawiającego korekty oraz dodatkowe funkcjonalności do wykorzystania w terminie do 2 lat od daty odbioru strony. Godziny te nie obejmują ewentualnych prac niezbędnych do usunięcia wad strony.

3.3 Telewizja ogólnopolska

3.3.1 Przygotowanie spotów

Zadaniem Wykonawcy jest przygotowanie spotów:

- a. spoty - grupa docelowa: wszyscy w wieku 18-70 lat,
- b. spoty telewizyjne zostaną wyprodukowane na podstawie scenariuszy (co najmniej 4) opracowanych przez Wykonawcę, zaakceptowanych przez Zamawiającego,
- c. kampania będzie przeprowadzona z zachowaniem następujących wymagań:
 - o kampania w TV o zasięgu ogólnopolskim,
 - o przygotowanie co najmniej czterech spotów reklamowych, każdy o długości 30 sek., w równej proporcji budżetu,
 - o emisja każdego ze spotów w minimalnej ilości 25 na każdą z niżej wymienionych grup stacji telewizyjnych,
 - o spoty muszą być emitowane w stacjach telewizyjnych:
 - ✓ o profilu uniwersalnym, o zasięgu ogólnopolskim posiadających AMR za I kwartał 2018 roku powyżej 750 000 zgodnie z danymi publikowanymi przez KRRiT,

✓ o profilu informacyjno-publicystycznym, o zasięgu ogólnopolskim posiadających AMR za 1 kwartał 2018 roku powyżej 240 000 zgodnie z danymi publikowanymi przez KRRiT,

✓ o profilu edukacyjno-poradniczym i religijnym, o zasięgu ogólnopolskim posiadających AMR za 1 kwartał 2018 roku powyżej 25 000 zgodnie z danymi publikowanymi przez KRRiT,

3.3.2 Przygotowanie audycji sponsorowanej

Zadaniem Wykonawcy jest przygotowanie audycji sponsorowanej:

- a. co najmniej 3 emisje telewizyjne w stacji o zasięgu ogólnopolskim,
- b. styl audycji telewizyjnej musi być dostosowany do grupy docelowej,
- c. emisje audycji telewizyjnej muszą mieć zasięg ogólnopolski, a także czas antenowy dostosowany do specyfiki grupy docelowej,
- d. wykonawca przedstawi, wraz z harmonogramem kampanii, do zaakceptowania przez Zamawiającego terminarz emisji audycji telewizyjnej,
- e. audycje telewizyjne muszą być emitowane w stacjach o zasięgu ogólnopolskim posiadających AMR za 1 kwartał 2018 roku powyżej 25 000 zgodnie z danymi publikowanymi przez KRRiT.

3.4 **Telewizja regionalna**

Zadaniem Wykonawcy jest emisja 30'' spotu promocyjnego w telewizyjnych stacjach regionalnych, w każdym województwie Polski gwarantujących dotarcie do społeczności lokalnych. Kampania będzie przeprowadzona z zachowaniem następujących wymagań:

- a. kampania w TV o zasięgu regionalnym,
- b. emisja 30'' spotów w minimalnej liczbie 96, po 6 w każdym województwie,

3.5 **Prasa**

Wykonawca zrealizuje kampanię w prasie w oparciu o następujące wytyczne:

1. wybór tytułów i tematów artykułów sponsorowanych i ich emisja w prasie ogólnopolskiej, regionalnej i lokalnej będzie na bieżąco, w trybie roboczym uzgadniana z Zamawiającym,
2. Zamawiający dostarczy Wykonawcy materiały merytoryczne na podstawie których Wykonawca przygotowuje treści artykułów/reklam,
3. dobór tytułów powinien być dostosowany do strategii komunikacji,
4. zakładany poziom emisji artykułów sponsorowanych co najmniej po 35 artykułów w każdej z wymienionej w pkt. 6 kategorii prasy,
5. zakładany poziom emisji reklam - co najmniej po 35 reklam w każdej z wymienionej w pkt. 6 kategorii prasy,

6. emisja reklam w tygodnikach opinii i prasie regionalnej, zgodnie z następującymi parametrami:

a) ogólnopolskie tygodniki opinii mające charakter gazety płatnej, ukazującej się w postaci drukowanej co najmniej raz w tygodniu, której główne wydanie ukazuje się w zasięgu ogólnopolskim. Tygodnik opinii musi mieć nakład co najmniej 30 000 egzemplarzy. (według danych ZKDP z 2017 roku):

- wszystkie emisje na stronach redakcyjnych,
- artykuły prasowy, 1 strona, w kolorze,
- reklama w formacie 1 strona.

b) dzienniki regionalne mające charakter gazety codziennej płatnej, ukazującej się w postaci drukowanej co najmniej pięć razy w tygodniu, które nie mają ogólnopolskiego głównego wydania, a w swoim regionie są w pierwszej czwórce dzienników regionalnych pod względem nakładu:

- wszystkie emisje na stronach redakcyjnych,
- artykuł prasowy, 1 strona, w kolorze,
- reklama w formacie ½ strony, w kolorze.

3.6 Radio

3.6.1 Produkcja i emisja spotów radiowych

Zadaniem Wykonawcy jest produkcja i emisja co najmniej dwóch 30" spotów radiowych w stacjach o zasięgu ogólnopolskim:

- a. Wykonawca zapewni emisję spotów w liczbie co najmniej 250 emisji każdy spot,
- b. kampania będzie przeprowadzona z zachowaniem następujących wymagań:
 - kampania w radiu ogólnopolskim,
 - przygotowanie co najmniej dwóch spotów reklamowych, każdy o długości 30", w równej proporcji budżetu,
 - spoty muszą być emitowane w stacjach o zasięgu ogólnopolskim posiadających zasięg dzienny co najmniej 3% zgodnie z raportem KRRIT za I kwartał 2018,
 - spoty muszą być emitowane w godzinach od godziny 7:00 do 10:00 oraz od godziny 15.30 do godziny 18.30
- c. spoty radiowe zostaną wyprodukowane na podstawie scenariuszy (co najmniej 2) opracowanych przez Wykonawcę, zaakceptowanych przez Zamawiającego.

3.7 Outdoor

3.7.1 Nośniki citylight - Wykonawca przeprowadzi kampanię reklamową z wykorzystaniem nośników reklamowych typu citylight zgodnie z następującymi wytycznymi:

1. Wykonawca zarezerwuje i wynajmie nośniki typu citylight w 800 lokalizacjach na terenie całej Polski,
2. lokalizacje nośników zostaną wybrane przez Wykonawcę w sposób uwzględniający dostępność nośników, proporcjonalnie do ilości ludności na danym terenie, ze szczególnym

uwzględnieniem infrastruktury reklamowej na dworcach autobusowych, kolejowych, przystankach autobusowych, tramwajowych i innych hubach komunikacyjnych,

3. Wykonawca przygotowuje i wydrukowuje postery w ilości umożliwiającej realizację przedmiotu zamówienia,

4. postery zostaną wydrukowane w pełnym kolorze, a ich projekt zostanie przekazany Zamawiającemu do akceptacji co najmniej 5 dni przed planowaną realizacją kampanii w outdoorze,

5. po stronie Wykonawcy leżą wszystkie czynności związane z zapewnieniem sprawnego przebiegu kampanii reklamowej na nośnikach typu citylight, obejmujące w szczególności takie działania jak: ekspozycję wraz z obsługą i demontaż posterów po zrealizowanej kampanii.

3.7.2 Emisja spotu reklamowego na nośnikach LCD w środkach komunikacji miejskiej

1. Wykonawca przygotowuje spot reklamowy o długości 30'' w formacie zgodnym ze specyfikacją dostawcy nośników oraz zapewni jego emisję z uwzględnieniem następujących wytycznych:

- a) reklama na terenie miasta Stołecznego Warszawa w co najmniej 650 pojazdach komunikacji miejskiej,
- b) reklama w miastach o liczbie mieszkańców powyżej 300 000, w łącznej ilości co najmniej 900 pojazdów komunikacji miejskiej,
- c) reklama w miastach o liczbie mieszkańców poniżej 300 000 mieszkańców, w łącznej ilości w co najmniej 400 pojazdów komunikacji miejskiej,

- przy założeniu, że:

- wykonawca zapewni emisję spotów reklamowych na nośnikach LCD w co najmniej 3 miastach o liczbie mieszkańców poniżej 300 000 mieszkańców oraz w co najmniej 3 miastach o liczbie mieszkańców powyżej 300 000 mieszkańców, z wyłączeniem obszaru województwa mazowieckiego,
- Wykonawca sporządzi szczegółowy harmonogram emisji spotów z podziałem na miasta, województwa oraz z zaplanowaną liczbą pojazdów w poszczególnych miastach i prześle go do akceptacji Zamawiającego nie później niż 7 dni przed planowaną emisją,
- Wykonawca w zależności od dostępności nośników LCD, uwzględni w trakcie planowania harmonogramu emisji, miasta w których nie zaplanował kampanii z udziałem nośników citylight, oraz miasta na terenie województw: kujawsko-pomorskiego, warmińsko-mazurskiego, opolskiego, świętokrzyskiego, lubuskiego i wielkopolskiego,
- Wykonawca zaplanuje kampanię na nośnikach LCD na terenie co najmniej 5 różnych województw, z uwzględnieniem województwa mazowieckiego, na terenie, którego kampania będzie prowadzona w obszarze Miasta Stołecznego Warszawa, zgodnie z ust. 1 lit. a

3.8 Materiały poligraficzne, gadżety oraz materiały promocyjne

3.8.1 Plakaty i ulotki informacyjne

1. Wykonawca przygotowuje ulotki informujące o Funduszu Sprawiedliwości, w formacie A5, dwustronne, co najmniej 4 kolory, nakład 500 000 sztuk oraz 25 000 plakatów informacyjnych, min. 4 kolory, jednostronne, w formatach i ilościach:

- B1 – 5 100 szt.
- B2 – 7 500 szt.
- B3 – 12 400 szt.

2. Wykonawca rozdystrybuuje ulotki informacyjne i plakaty informujące o działaniach Funduszu Sprawiedliwości do każdej gminy w Polsce w ilości 200 ulotek i 10 plakatów, w następujących proporcjach:

- plakaty wielkości B1 – w ilości 2 sztuk na każdą gminę,
- plakaty wielkości B2 – w ilości 3 sztuk na każdą gminę,
- plakaty wielkości B3 – w ilości 5 sztuk na każdą gminę,

3. wersje elektroniczne ulotek i plakatów Wykonawca prześle pocztą mailową do każdej z gmin na jej adres e-mail,

4. Pozostałą ilość plakatów i ulotek Wykonawca dostarczy do siedziby Zamawiającego,

5. Projekty plakatów i ulotek zostaną przedstawione do akceptacji Zamawiającego co najmniej 5 dni przed terminem realizacji.

3.8.2 Materiały promocyjne

a) Wykonawca zaprojektuje, wykona oraz dostarczy do siedziby Zamawiającego następujące materiały promocyjne:

- 2 ścianki konferencyjne typu pop-up o parametrach:

- 1 ścianka konferencyjna typu pop-up premium o konfiguracji 3x3, w zestawie z kufrem (trybunką), z nadrukowaną grafiką, spójną z projektem ścianki konferencyjnej oraz systemem oświetleniowym składającym się z co najmniej dwóch lampek o mocy 150W,

- 1 ścianka konferencyjna typu pop-up o konfiguracji 3x3 w zestawie z tubą lub inną torbą transportową oraz systemem oświetleniowym składającym się z co najmniej dwóch lampek o mocy 150W,

- 2 roll-up'y typu premium ze srebrną lub czarną kasetą wykonaną z aluminium, o wysokości co najmniej 2000 mm i następujących szerokościach:

- 1 roll-up o szerokości 800 mm,
- 1 roll-up o szerokości 1000 mm,

b) szczegóły dotyczące projektów graficznych materiałów promocyjnych Wykonawca ustali z Zamawiającym w trybie roboczym,

c) projekty materiałów promocyjnych zostaną przedstawione do akceptacji Zamawiającego co najmniej 5 dni przed terminem realizacji.