

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Dotyczy: Usługi informacyjno-promocyjne projektu pn. *Rozszerzenie funkcjonalności Opery Nova poprzez rozbudowę o IV krąg* Projekt współfinansowany w ramach Programu Fundusze Europejskie na Infrastrukturę, Klimat, Środowisko 2021-2027

Wspólny Słownik Zamówień CPV: 79342200-5 – usługi w zakresie promocji

1. Zakres promowanego projektu

W ramach projektu zaplanowano następujące działania:

Działania infrastrukturalne:

1) Budowa, rozbudowa i nadbudowa infrastruktury kulturalnej

Rozbudowa Opery Nova ma na celu uzupełnienie i poszerzenie funkcji budynku Głównego Opery. W ramach projektu wybudowany zostanie IV krąg Opery, który będzie zawierał w sobie:

- salę wielofunkcyjną - salę prób scenicznych z wielofunkcyjnym rozwiązaniem widowni, sceny, orkiestronu, zapadni i innych elementów związanych z technologią sali; maksymalna ilość widzów – 485 osób;
- przestrzeń wielofunkcyjną stanowiącą poszerzenie foyer budynku Głównego Opery, a także przestrzeń wystawienniczą i innych działań artystycznych;
- salę kinową o bardzo wysokich parametrach obrazu i dźwięku; maksymalna ilość widzów – 205 osób;
- powierzchnie dopełniające o funkcji gastronomicznej, zapleczonej i technicznej.

2) Nadzory na robotami budowlanymi

W ramach zadania ujęto niezbędne dla prawidłowej realizacji nadzory: nadzór inwestorski (inżynier kontraktu) oraz nadzór autorski nad w/w pracami.

3) Zakup sprzętu i wyposażenia

Dla prawidłowego funkcjonowania przestrzeni i pełnienia przez obiekt funkcji kulturalnych niezbędne jest właściwe jego wyposażenie. Zaplanowanie niezbędnego wyposażenia umożliwi prowadzenie działalności kulturalno-edukacyjnej i jest niezbędne dla osiągnięcia celów założonych w projekcie.

Wyposażenie obiektu w meble i trybuny

W nowym budynku zaplanowano salę kinową, jej niezbędnym dla prawidłowego funkcjonowania jest zakup foteli i trybun. Duża ilość korzystających z obiektu to również konieczność zapewnienia odpowiedniej obsługi technicznej i gastronomicznej dlatego powierzchnie dopełniające zostaną uzupełnione o zakup technologii gastronomii, barów mobilnych oraz ruchomych bufetów, stolików i lada. Zakres obejmuje:

- Fotele i trybuny składane
- Technologia gastronomii
- Ruchome bufety, stoliki, lada
- Bary mobilne

Systemy multimedialne oraz specjalistyczne do realizacji przedstawień

Zaplanowane do zakupu wyposażenie umożliwi realizację działań zaplanowanych w nowych przestrzeniach, tj. przedstawienia i koncerty, ale także projekcje filmowe i wystawy.

W zakres zakupów wchodzi m.in.:

- Elektroakustyka
- Mechanika sceny
- Oświetlenie sceniczne i systemy audio-video
- Kinotechnika
- Wyświetlacze zewnętrzne do repertuaru.

Wyposażenie sali wielofunkcyjnej

W obiekcie powstanie sala wielofunkcyjna. W zależności od potrzeb będzie ona mogła pełnić funkcję sali koncertowej, teatralnej lub prób. W zakresie zakupów zaplanowano m.in.: krzesła dla muzyków, wózki transportowe, ekrany akustyczne dla muzyków, instrumenty perkusyjne: kotły, gran, wibrafon, ksylofon, marimba, dzwony i dzwonki, fortepian koncertowy oraz pianino i harfa.

Działania miękkie:

4) Podnoszenie kompetencji kadry

Zaplanowano łącznie 14 szkoleń w 4 sesjach dla 299 pracowników Opery Nova. Wszystkie planowane szkolenia są niezbędne dla skutecznego wdrożenia nowej oferty kulturalno-edukacyjnej oraz właściwej absorpcji zmian i szans, jakie przyniesie rozbudowa Opery Nova o IV krąg. Szkolenia zostaną podzielone na cztery sesje (grupy): pierwszą, poruszającą kwestie zarządzania dziedzictwem kulturowym i przedsiębiorczości kulturowej oraz edukacji ekologicznej, drugą skupioną na projektowaniu i realizacji wysokiej jakości oferty kulturalnej, trzeciej nastawionej na podnoszenie kwalifikacji kadry w zakresie kompleksowej obsługi klienta i czwartej o tematyce informatyzacji i transformacji cyfrowej instytucji kultury.

5) Działania związane ze współpracą z Partnerem Zagranicznym

W projekt zostanie zaangażowany Partner Zagraniczny – szwedzka Agencja JsArt. Współpraca z Partnerem projektu oparta będzie na dzieleniu się wiedzą i doświadczeniem w celu podniesienia kompetencji kadry Partnerów. W ramach wspólnych działań zaplanowano także organizację wydarzenia kulturalnego o charakterze promocyjnym oraz wspólną prezentację spektakli baletowych na scenie opery wraz ze wspólnymi działaniami ukierunkowanymi na pozyskanie przez Operę Nova nowych członków zespołu baletowego.

6) Promocja projektu.

Założenia promocji projektu

Celem promocji jest dotarcie z informacją o projekcie, jego zakresie, poszczególnych działaniach realizowanych w ramach projektu oraz nowej ofercie kulturalno-edukacyjnej do jak najszerszego grona zróżnicowanych odbiorców we wszystkich grupach wiekowych, w tym szeroko rozumianej opinii publicznej, zarówno na szczeblu krajowym, regionalnym jak i lokalnym. Równie ważnym elementem działań promocyjnych jest także poinformowanie grupy docelowej o tym, że projekt został sfinansowany ze środków programu Fundusze Europejskie na Infrastrukturę, Klimat, Środowisko 2021-2027.

Cele szczegółowe prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych:

- Uzyskanie przychylnego nastawienia do projektu wśród grupy docelowej, w szczególności mieszkańców Kujaw i Pomorza oraz województw ościennych.
Jednym z kluczowych celów działań promocyjnych jest zbudowanie przychylnego nastawienia do projektu wśród mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego oraz województw ościennych. Aby osiągnąć ten cel, promocja będzie skierowana na podkreślenie wartości, jakie niesie ze sobą realizacja projektu dla lokalnych społeczności.
- Wskazanie opinii publicznej korzyści ekonomicznych, społecznych i kulturowych, jakie przyniesie realizacja projektu.

Działania informacyjno-promocyjne mają na celu uświadomienie opinii publicznej, że projekt Opery Nova nie tylko wspiera rozwój kulturalny, ale również generuje szeroko pojęte korzyści społeczne i ekonomiczne.

- **Angażowanie społeczności w proces realizacji projektu finansowanego z FEnIKS.**
Opera Nova podejmie działania mające na celu nie tylko informowanie, ale również aktywne angażowanie lokalnej społeczności, partnerów biznesowych oraz innych instytucji kultury w proces realizacji projektu finansowanego z FEnIKS. Przewidziana jest m.in. organizacja wydarzeń kulturalnych związanych z projektem, które przyciągną różnorodne grupy odbiorców i zwiększą ich zaangażowanie w życie Opery oraz w zrozumienie wpływu funduszy unijnych.
- **Polecanie uczestnictwa w programie zainteresowanym osobom lub podmiotom.**
Opera Nova będzie pełniła funkcję ambasadora programu FEnIKS, promując go w środowisku kulturalnym i wśród innych instytucji kultury, które mogą być zainteresowane podobnymi inicjatywami. Opera będzie zachęcać inne instytucje do aplikowania o fundusze unijne, dzieląc się swoim doświadczeniem i sukcesami w realizacji projektu współfinansowanego z FEnIKS.

W ramach realizacji usługi promocji i informacji projektu Wykonawca powinien uwzględnić ww. założenia co do celów.

Prowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej podporządkowane ma być celom, jakim ma ona służyć oraz komunikacji (narracji, przekazywanych treści oraz ich formy) dostosowanej do potrzeb, języka i profilu grup docelowych. Ponieważ podstawowym celem kampanii jest dotarcie z informacją o projekcie i źródłach jego zewnętrznego dofinansowania do najszerszego kręgu odbiorców istotne jest dobranie odpowiednich środków prowadzenia działań. Nie mniej ważny jest cel wizerunkowy, służący pozycjonowaniu wizerunku instytucji jako miejsca z nową atrakcyjną ofertą kulturalno-edukacyjną oraz uzyskanie przychylnego nastawienia do projektu grup docelowych. Działania wizerunkowe mają charakter kampanii społecznej, które przyczyni się do zbudowania pozytywnego wizerunku Opery Nova szczególnie w oczach społeczności Bydgoszczy. Bezpośrednim efektem działań wizerunkowych będą nawiązane relacje ze środowiskami organizacji pozarządowych, twórców, lokalnych grup działania, które będą w przyszłości tworzyć ofertę Opery Nova.

Grupy docelowe

Odbiorcami działań zaplanowanych w ramach kampanii promocyjnej powinni być między innymi:

- **Widzowie abonamentowi**, dla których istotnymi wartościami są: kultura wysoka, prestiż, ważne osobowości sceniczne, klasyczny i przewidywalny repertuar. Dla tej grupy nowa oferta muzyczna będzie odpowiadać na wysokie oczekiwania widzów abonamentowych – realizowane będą projekty z udziałem zespołów operowych i baletowych oraz solistów o znaczącym dorobku artystycznym, wnoszących istotne zmiany jakościowe w styl pracy zespołów operowych.
- **Melomani, miłośnicy i znawcy muzyki poważnej i operowej**, zainteresowani ofertą kulturalną w zakresie różnych form muzycznych, poszukujący unikalnych dzieł muzycznych, poszerzający swoją wiedzę o muzyce. Poprzez rozszerzenie oferty Opery pod względem zróżnicowania muzycznego w ramach realizacji projektu, możliwe będzie zapraszanie cenionych twórców z różnych środowisk muzycznych, trafiając w gusta i wymagania tej grupy odbiorców.
- **Klienci masowi**, w tym społeczność miasta i okolicy poszukujący rozrywki w bardzo dobrym gatunku i wykonaniu. Osoby dorosłe korzystające z oferty kulturowej oferowanej w Operze Nova. Grupa zróżnicowana pod względem wieku i oczekiwań. Są to osoby oczekujące rozrywki i kreatywnego sposobu spędzania czasu wolnego. Chętnie uczestniczą w wydarzeniach dodatkowych, np. koncertach sylwestrowych, spektaklach edukacyjno-artystycznych, np. musicalach, widowiskach plenerowych.
- **Rodziny z dziećmi otwarte na twórcze, aktywne** i kulturalne spędzenie czasu wolnego poświęconego najbliższemu oraz na oferty współuczestniczenia różnych pokoleń w kulturze. Duży wpływ na atrakcyjność oferty skierowanej do tej grupy odbiorców ma zastosowanie nowoczesnego nagłośnienia i oświetlenia

przykuwające uwagę zarówno dzieci jak i dorosłych. Grupa ta jest bardzo wymagająca, jeżeli chodzi o komfort jaki powinna oferować infrastruktura, w której spędzają czas wolny.

- **Dzieci w wieku szkolnym** – do grupy tej przemawia kreatywna edukacja muzyczna, kształtowanie gustu, uczenie nawyku uczestnictwa w kulturze, czy szeroka oferta dostępu do kultury. Dzięki zastosowaniu nowoczesnych efektów scenicznych możliwe będzie rozwijanie oferty skierowanej do młodych odbiorców, prowadzonej na wysokim poziomie merytorycznym. Realizacja projektu i atrakcyjniejsza oferta skierowana do dzieci pozwoli na zapraszanie zorganizowanych grup szkolnych do Opery, na otwarte próby artystów oraz pogadanki o sztuce operowej, tworząc wstęp do uczestnictwa w spektaklu.
- **Młodzież** – grupa ta będzie korzystała zarówno z oferty edukacyjnej jako czynny uczestnik, jak również z oferty muzycznej – jako czynny uczestnik lub widz. Program kulturowy zakłada przedsięwzięcia zarówno dla indywidualnych odbiorców z tej grupy jak również zorganizowanych grup. Oferta będzie dopasowana do wieku, oczekiwań i kompetencji kulturowych odbiorców. Poszerzenie oferty kulturalnej o nowe formy wzbudzi zainteresowanie i pociągnie młodych widzów do aktywnego udziału w życiu kulturalnym miasta. Ponadto nowa oferta kulturalna w znaczący sposób przyczyni się do wsparcia w rozwoju talentów i kreatywności tej grupy.
- **Seniorzy** - osoby powyżej 60 roku życia, mające możliwości czasowe, zainteresowane spotkaniem z drugą osobą. Osoby aktywne kulturalnie.
- **Osoby z niepełnosprawnościami:** niedosłyszące, niewidome i słabowidzące – dzięki dostosowaniu obiektu do ich potrzeb poprzez zastosowanie systemu dogłaśniania oraz systemu audiodeskrypcji. Organizowanie inicjatyw skierowanych do tej grupy, odbiorców umożliwi im czynne uczestnictwo w życiu kulturowym regionu. Realizacja projektu umożliwi przyciągnięcie do Opery osób niedosłyszących, osób niewidomych i **słabowidzących, które stanowią nową grupę.**
- **Turyści – osoby z kraju i zagranicy**, których oczekiwania mogą dotyczyć skorzystania z programu kulturowego oferowanego w obiekcie, a także zwiedzanie obiektu. Nowoczesne sale widowiskowe i uatrakcyjniony program kulturowy przyciągnie znacznie większą liczbę odbiorców.
- Odbiorcami projektu będzie też **społeczność lokalna**, jak również z najbliższych regionów (z uwagi na dogodne połączenia komunikacyjne).

Harmonogram projektu

Nr zadania	Nazwa zadania	Termin rozpoczęcia	Termin zakończenia
Zadanie nr 1	Roboty budowlane	12.01.2023	31.12.2025
Zadanie nr 2	Nadzory	18.08.2022	31.12.2025
Zadanie nr 3	Działania informacyjno-promocyjne	02.05.2024	31.12.2025
Zadanie nr 4	Zakup sprzętu i wyposażenia	01.01.2025	31.12.2025
Zadanie nr 5	Działania miękkie	01.06.2024	31.12.2025
Zadanie nr 6	Koszty pośrednie	31.07.2023	31.12.2025

Uwaga! Harmonogram może być aktualizowany.

Wykonawca po zawarciu Umowy otrzyma od Zamawiającego aktualny szczegółowy harmonogram rzeczowo-finansowy realizacji wszystkich zadań projektu, by jego założenia mógł uwzględnić w harmonogramie promocji i informacji.

Partnerski charakter projektu

Wykonawca zobowiązany jest uwzględnić w planie promocji partnerski charakter projektu, a więc uwzględnić w działaniach promocyjnych udział Partnera projektu. Udział Partnera w działaniach informacyjnych i promocyjnych projektu realizowany jest z udziałem podmiotu zarządzającego projektem w imieniu Zamawiającego, który koordynuje działania partnerskie w projekcie.

Personel Wykonawcy i sposób realizacji Umowy

1. Aktualna lista kluczowego personelu oddelegowanego przez Wykonawcę do realizacji zamówienia stanowiła będzie Załącznik do Umowy.
2. Koordynator działań promocyjnych koordynuje i odpowiada za czynności całego zespołu Wykonawcy.
3. Wykonawcy w trakcie wykonania zamówienia przysługuje prawo zmiany kluczowego personelu, za zgodą Zamawiającego i w trybie opisanym w Umowie. W przypadku zmiany Wykonawca wskaże osoby o takich samych lub wyższych kwalifikacjach jak określone w specyfikacji. Wykonawcy nie przysługuje roszczenie o zwrot kosztów wynikających bezpośrednio lub pośrednio z wymiany osób delegowanych do wykonania przedmiotu zamówienia.
4. Na każdym etapie realizacji Umowy Wykonawca zobowiązuje się umożliwić upoważnionemu przedstawicielowi Zamawiającego wgląd do dokumentów przygotowywanych w ramach realizacji Umowy oraz udzielać wszelkich informacji i wyjaśnień o sposobie realizacji Umowy.
5. Na każde żądanie Zamawiającego Wykonawca zobowiązany jest wydać Zamawiającemu wszelkie dokumenty związane z wykonywaniem Umowy wraz ze wszystkimi kopiami oraz nośnikami, na których dokumenty zostały zapisane.
6. Wykonawca zobowiązuje się współpracować z Zamawiającym w trakcie realizacji niniejszej umowy, a w szczególności udzielać wszelkich niezbędnych wyjaśnień i informacji na temat postępów i sposobu wykonywania powierzonych usług, a także na bieżąco informować o ewentualnych problemach i dodatkowych okolicznościach wynikłych w trakcie realizacji umowy.
7. Wykonawca jest zobowiązany do bieżącej współpracy z Zamawiającym, polegającej m. in. na kontaktach bezpośrednich (pisemnie, telefonicznie, mailowo, osobiście w siedzibie Zamawiającego lub miejscu realizacji projektu).
8. Wykonawca jest zobowiązany uzyskać akceptację Zamawiającego dla wszystkich projektów materiałów informacyjnych i promocyjnych przed ich publikacją zgodnie z procedurą opisaną w Umowie. Wykonawca jest zobowiązany do naniesienia wszystkich zgłoszonych uwag w ramach powyższych weryfikacji i przedstawienia Zamawiającemu ponownie projektów do akceptacji.
9. Przed przygotowaniem i publikacją materiałów informacyjnych i promocyjnych Wykonawca musi uzyskać akceptację Zamawiającego (lub podmiotu/osoby przez niego wskazanej) projektów tych materiałów. Zamawiający ma prawo do wnoszenia uwag zarówno w warstwie wizualnej, graficznej, edytorskiej jak i merytorycznej. Rolą Zamawiającego nie jest jednak korygowanie materiałów, a jedynie ich kontrola i akceptacja. Wykonawca zobowiązany jest do zapewnienia w ramach własnego zespołu specjalistów odpowiedzialnych za przygotowanie materiałów, ich korektę i zapewnienie spójności, w tym spójności z wytycznymi.
10. Wykonawca będzie składał Zamawiającemu comiesięczne Raporty z realizacji działań informacyjnych i promocyjnych projektu stanowiące rozliczenie wykonanych działań w stosunku do zaplanowanego harmonogramu. Wykonawca przygotowuje Raporty za każdy miesiąc kalendarzowy realizacji umowy. Wykonawca raportuje wykonane zakresy usług, wskazuje czy są zrealizowane zgodnie z Harmonogramem.
11. Po zakończeniu zadań obowiązkiem Wykonawcy będzie zarchiwizowanie kompletu materiałów wytworzonych w toku zamówienia oraz użytych lub nie w ostatecznie zaakceptowanych przez Zamawiającego produktach i przekazanie Zamawiającemu także w formie elektronicznej w 1 kopii (na urządzeniach typu pen-drive lub na

przenośnych twardej dyskach lub za zgodą Zamawiającego w chmurze) w formacie pdf oraz w innych formatach umożliwiającym ponowne wykorzystanie, edycję i powielanie.

12. Zamówienie obejmuje przeniesienie praw autorskich na Zamawiającego do wszystkich zaakceptowanych przez Zamawiającego produktów oraz do wszystkich projektów/elementów/zdjęć, które zostały przygotowane, ale nie zostały wykorzystane w ostatecznie zaakceptowanych przez Zamawiającego produktach. Wykonawca zezwala Zamawiającemu na ich wykorzystanie w ramach prowadzonej działalności oraz przekazywanie innym instytucjom w celach promocyjnych, w tym w szczególności instytucjom finansującym projekt, Partnerowi.

2. Opis działań informacyjno-promocyjnych

1. Wykonawca będzie zobowiązany do zapoznania się ze szczegółowymi założeniami Projektu.
2. Kampania musi być zaplanowana i realizowana jako w pełni spójna wewnętrznie oraz z innymi działaniami realizowanymi w ramach projektów (np. sesje zdjęciowe w kluczowych momentach budowy/dostaw). Spójność ma się odnosić nie tylko do identyfikacji wizualnej, graficznej, ale i merytorycznej, a także ma odzwierciedlać założenia, cele i zakres oraz stan realizacji Projektu w jego części zarówno infrastrukturalnej, jak i miękkiej.
3. Kampania powinna być spójna z udostępnioną przez Zamawiającego identyfikacją wizualną Opery NOVA.
4. Minimalny zakres narzędzi wymaganych do wykorzystania w ramach realizacji przedmiotu zamówienia zawierają specyfikacje zawarte w poniższej tabelach.
5. W zakres kampanii informacyjno-promocyjnej projektu wchodzić będą:
 - oznaczenie wszystkich dokumentów i materiałów powstałych w wyniku realizacji projektu stosownymi znakami Funduszy Europejskich, barwami Rzeczypospolitej Polskiej i Unii Europejskiej;
 - przygotowanie tablicy informacyjno-promocyjnej projektu zgodnie z wytycznymi programu;
 - organizacja konferencji promocyjnej rozpoczynającej projekt;
 - materiały informacyjne i promocyjne;
 - przygotowanie podstrony projektu na stronie Wnioskodawcy;
 - zamieszczenie informacji o projekcie na stronie Opery Nova i aktualizacja informacji;
 - ogłoszenia w prasie regionalnej i ogólnopolskiej;
 - organizacja wydarzeń informacyjnych dla mediów oraz przedstawicieli świata kultury;
 - przeprowadzenie kampanii promocyjnej w mediach społecznościowych Wnioskodawcy, informującej o projekcie i działaniach realizowanych na rzecz projektu, kampania będzie trwała przez 24 miesiące na stronie Facebook Wnioskodawcy;
 - rozpowszechnianie informacji o projekcie w repertuarach koncertowych, podczas koncertu inauguracyjnego;
 - spoty promujące projekt w telewizji ogólnopolskiej i regionalnej;
 - billboardy;
 - tablica pamiątkowa.
6. Wykonawca może zaproponować dodatkowe narzędzia i środki komunikacji albo narzędzia lub środki zamiennie w stosunku do poniżej opisanych, wskazując Zamawiającemu takie propozycje wraz z uzasadnieniem wpływu na planowane efekty. Zgoda na ich wprowadzenie jest zależna od decyzji Zamawiającego oraz instytucji finansującej, jeśli zmiana wymaga jej zgody.
7. Wykonawca opracuje wszelkie materiały informacyjne i promocyjne samodzielnie. Zamawiający przekaze wybranemu Wykonawcy posiadane przez siebie materiały opisowe, zdjęciowe i filmy które nie stanowią jedyne i obowiązkowego wkładu merytorycznego do materiałów, a jedynie mogą pomóc Wykonawcy w poznaniu zakresu działania Zamawiającego i planów co do wykorzystania infrastruktury projektu.

8. Wszystkie działania informacyjno-promocyjne mają na celu dotarcie z informacjami o projekcie i jego efektach do jak najszerszej grupy odbiorców, w szczególności pozyskanie nowych odbiorców dotychczas nie korzystających z oferty Wnioskodawcy.
9. Działania informacyjno-promocyjne muszą być zgodne z wytycznymi programowymi dotyczącymi promocji oraz zachowania zasad równości dostępnymi na stronach:

<https://www.feniks.gov.pl/strony/dowiedz-sie-wiecej-o-programie/prawo-i-dokumenty/wytyczne-dotyczace-informacji-i-promocji-funduszy-europejskich-na-lata-2021-2027/>

<https://www.feniks.gov.pl/strony/dowiedz-sie-wiecej-o-programie/promocja-programu/>

<https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/dokumenty/wytyczne-dotyczace-realizacji-zasad-rownosciowych-w-ramach-funduszy-unijnych-na-lata-2021-2027-1/>

10. Minimalna specyfikacja narzędzi i środków informacji i promocji obejmuje:

Rodzaj działania	Opis	Uwagi	Jedn. miary	Ilość	Szczegółowy opis wymagań Zamawiającego
1. Tablica informacyjno-promocyjna	Opracowanie projektu, uzyskanie akceptacji, wykonanie i montaż tablicy informacyjno-promocyjnej projektu	Projekt i wykonanie zgodnie w wytycznymi dotyczącymi promocji w programie FEnIKS	szt.	1	<p>Wymogi wykonania tablicy informacyjnej do promowania projektu</p> <ol style="list-style-type: none"> Format i zgodność z wymogami promocji projektu: <ul style="list-style-type: none"> - Tablica informacyjna musi mieć format zgodny z określonymi wymogami projektu. Wymiary i kształt są określone przez wytyczne projektowe (tablica o wymiarach 240 x 120 cm) Technika druku: <ul style="list-style-type: none"> - Wykonanie tablicy w technice druku solwentowego (twardy solwent), zapewniającej trwałość i odporność na warunki atmosferyczne. Podłoże: <ul style="list-style-type: none"> - Tablica powinna być wykonana na podłożu o podwyższonej sztywności. Preferowane opcje to: <ul style="list-style-type: none"> - Płyta typu sandwich (metal + żywica epoksydowa) o grubości min. 2 mm. - Blacha podwójnie ocynkowana 0,2 mm z podłożem PCV o grubości 10 mm. Zabezpieczenie UV i anty-graffiti: <ul style="list-style-type: none"> - Cała powierzchnia tablicy musi być laminowana folią anty-graffiti, która jednocześnie zapewni ochronę przed promieniowaniem UV, zapobiegając blaknięciu i uszkodzeniom spowodowanym przez słońce. Montaż: <ul style="list-style-type: none"> - Technika montażu powinna być dopasowana do warunków technicznych wskazanych przez Zamawiającego. Dostępne opcje to: <ul style="list-style-type: none"> - Samodzielny stelaż z zamkniętych profili kwadratowych, pomalowanych proszkowo, o wymiarach min. 45x45 mm i grubości min. 3 mm. Montaż na odpowiedniej wysokości – dolna krawędź tablicy nie niżej niż 100 cm od poziomu gruntu. - Montaż na wskazanej ścianie zabudowań lub na wskazanym ogrodzeniu. <p>W przypadku montażu na zabytkach należy uwzględnić ograniczenia dotyczące instalacji na zewnętrznych i wewnętrznych elewacjach.</p> Zawartość informacyjna: <ul style="list-style-type: none"> - Tablica musi zawierać wszystkie wymagane informacje dotyczące projektu, w tym nazwę projektu, jego cel, kluczowe dane kontaktowe oraz logotypy partnerów i sponsorów. Spełnianie wymogów symboliki i proporcji:

					<p>- Wszystkie elementy graficzne na tablicy, takie jak logotypy, muszą być zgodne z wymogami symboliki i zachować odpowiednie proporcje. Układ graficzny powinien być spójny z wytycznymi dotyczącymi identyfikacji wizualnej projektu.</p>
2. Konferencja rozpoczynająca projekt	Konferencja prasowa rozpoczynająca realizację projektu	Prasa branżowa, media ogólnopolskie, media lokalne, telewizja – programy ogólnopolskie, portale branżowe	Ilość wydarzeń Osoby/ catering	Ilość wydarzeń: 1 Ilość gości na wydarzeniu/catering: 100 osób	<p>Organizacja konferencji inauguracyjnej dla Opery Nova</p> <p>Zamawiający zapewni osoby merytoryczne do oprowadzania gości w zakresie prezentacji planowanych efektów projektu.</p> <p>Wykonawca zapewni przewodnika/organizatora/inspicjenta, który będzie na miejscu organizował i prowadził wydarzenie.</p> <p>Grupa zapraszana na wydarzenie: Wydarzenie jest adresowane do szerokiego grona odbiorców związanych z kulturą. Uczestnikami konferencji będą:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prasa branżowa: Redaktorzy i dziennikarze specjalizujący się w kulturze, sztuce oraz wydarzeniach kulturalnych. - Media ogólnopolskie: Reprezentanci największych krajowych gazet z wykluczeniem tabloidów, magazynów, stacji radiowych i portali internetowych. - Media lokalne: Dziennikarze i reporterzy z regionalnych gazet, stacji radiowych i telewizyjnych. - Telewizja ogólnopolska: Ekipy telewizyjne z głównych stacji ogólnopolskich. TVP 1 i 2, TVN, Polsat. - Portale branżowe: Redaktorzy i administratorzy popularnych portali poświęconych kulturze, sztuce oraz nowoczesnym technologiom w dziedzinie kultury. <p>Zamawiający:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Udostępnienie pomieszczeń: <ul style="list-style-type: none"> - Zamawiający udostępni bezpłatnie odpowiednie pomieszczenia w ustalonym terminie. Pomieszczenia te będą odpowiednio przygotowane do przyjęcia uczestników konferencji, co obejmuje także zapewnienie wystarczającej liczby krzeseł i stołów. Dla 100 osób wymagane jest co najmniej 100 krzeseł i 25 stołów (każdy stół dla 4 osób) lub ekwiwalentnie. 2. Dostęp do infrastruktury: <ul style="list-style-type: none"> - Zamawiający zapewni dostęp do sieci elektrycznej, wody oraz toalet. <p>Wykonawca:</p>

					<p>1. Przygotowanie sali:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wykonawca będzie odpowiedzialny za przygotowanie sali, co obejmuje:- Ustawienie stołów i krzeseł: Zgodnie z wymaganiami Zamawiającego, stoły i krzesła muszą być ustawione w sposób umożliwiający swobodny ruch uczestników i łatwy dostęp do wszystkich części sali.- Oznaczenie wejścia do sali: Jasne i widoczne oznakowanie wejścia do sali konferencyjnej, aby uczestnicy mogli łatwo znaleźć drogę. <p>2. Nagłośnienie i prezentacje:</p> <ul style="list-style-type: none">- Sprzęt nagłośnieniowy: Zamawiający zapewni wysokiej jakości system nagłośnienia, który będzie obejmował 4 mikrofony bezprzewodowe, wzmacniacz, mikser audio oraz głośniki rozmieszczone strategicznie w sali konferencyjnej, aby zapewnić równomierne nagłośnienie.- Sprzęt do prezentacji multimedialnej: Zamawiający zapewni jeden projektor o wysokiej rozdzielczości, ekran projekcyjny oraz jeden komputer wyposażony w najnowsze oprogramowanie do prezentacji (np. Microsoft PowerPoint, Prezi). Do tego bezprzewodowa mysz oraz wskaźnik laserowy, aby prowadzący mogli swobodnie poruszać się po sali i kontrolować prezentację. <p>3. Catering na 100 osób:</p> <ul style="list-style-type: none">- Zróżnicowane przekąski:<ul style="list-style-type: none">- Menu powinno obejmować różne rodzaje przekąsek, zarówno słodkie (np. ciastka, muffiny, owoce), jak i słone (np. kanapki, wrapy, mini quiche, krakersy z serem). Minimum 4 sztuki przekąsek na osobę, co daje łącznie 400 przekąsek.- Opcje wegetariańskie i wegańskie:<ul style="list-style-type: none">- Wymagane jest zapewnienie odpowiedniej liczby opcji wegetariańskich i wegańskich, aby uwzględnić potrzeby dietetyczne wszystkich uczestników. Opcje wegetariańskie i wegańskie powinny stanowić 30% całości menu, co oznacza przygotowanie około 120 przekąsek wege i wegańskich.- Bezglutenowe i bezlaktozowe opcje:<ul style="list-style-type: none">- Uwzględnienie przekąsek bezglutenowych i bezlaktozowych dla osób z nietolerancją pokarmową. Te opcje powinny stanowić 20% całości menu, co oznacza przygotowanie około 80 przekąsek bezglutenowych i bezlaktozowych.- Bar kawowy:<ul style="list-style-type: none">- Profesjonalny bar kawowy serwujący różne rodzaje kawy (espresso, cappuccino, latte), herbatę, gorącą czekoladę oraz różne rodzaje mleka (w tym roślinne, np. sojowe, migdałowe). Ekspresy do kawy powinny być sprzętem wyższej klasy, wyposażonym w nowoczesne funkcje, takie jak automatyczne
--	--	--	--	--	---

				<p>mielenie ziaren, regulacja mocy kawy, funkcja spieniania mleka oraz wbudowany system chłodzenia mleka. Minimum 2 ekspresy do kawy powinny być dostępne, aby uniknąć kolejek i zapewnić szybką obsługę.</p> <ul style="list-style-type: none">- Napoje zimne:<ul style="list-style-type: none">- Dostępność szerokiej gamy napojów bezalkoholowych, w tym woda mineralna (gazowana i niegazowana), soki owocowe, napoje gazowane. Każdy uczestnik powinien mieć dostęp do minimum 2x200 ml napojów.- Estetyczna prezentacja:<ul style="list-style-type: none">- Przekąski i napoje powinny być estetycznie zaprezentowane, z uwzględnieniem eleganckich talerzyków, serwetek i dekoracji. Wszystkie elementy serwisu powinny być spójne i tworzyć atrakcyjny wizualnie bufet. Przekąski powinny być rozmieszczone na kilku stacjach w formie bufetu szwedzkiego, co pozwoli uniknąć tłoku i zapewnić łatwy dostęp do jedzenia.- Stałe uzupełnianie:<ul style="list-style-type: none">- Zapewnienie ciągłego uzupełniania przekąsek i napojów w trakcie trwania konferencji, aby nie zabrakło ich dla żadnego uczestnika. Wymaga to regularnego monitorowania stanu bufetu i szybkiej reakcji w przypadku braków.- Stacje samodzielnego serwowania:<ul style="list-style-type: none">- Kilka stacji z przekąskami i napojami rozmieszczonych w różnych miejscach sali konferencyjnej, aby uniknąć kolejek i zapewnić łatwy dostęp dla wszystkich uczestników. Stacje te powinny być rozplanowane tak, aby uczestnicy mogli swobodnie przemieszczać się i korzystać z oferty cateringowej.- Eko-friendly:<ul style="list-style-type: none">- Użycie ekologicznych opakowań, naczyń i sztućców, minimalizacja plastiku i promowanie recyklingu. Preferowane są materiały takie jak ceramika, szkło, porcelana lub inne ekologiczne alternatywy.- Obsługa cateringowa:<ul style="list-style-type: none">- Profesjonalny, cztero- lub pięcioosobowy zespół obsługi cateringowej i baru kawowego, odpowiedzialny za uzupełnianie przekąsek, utrzymanie porządku oraz pomoc uczestnikom w razie potrzeby. Personel powinien być przeszkolony w zakresie obsługi gości oraz zasad higieny.
--	--	--	--	---

					<p>obsługę cateringową. Szczególną uwagę należy zwrócić na jakość i różnorodność oferowanych przekąsek, estetykę prezentacji oraz zrównoważone podejście do używanych materiałów. Wszystkie te elementy mają na celu zapewnienie komfortu i satysfakcji uczestników oraz profesjonalnego przebiegu całego wydarzenia.</p>
3. Materiały informacyjne i promocyjne	<p>Materiały informacyjne w teczках – dystrybucja materiałów na konferencji rozpoczynającej.</p>	<p>Do wykorzystania w czasie pierwszego wydarzenia i nadwyżka do dalszych działań promocyjnych</p>	Kpl.	100	<p>Wykonawca ma za zadanie przygotować i dystrybuować materiały informacyjno-promocyjne,</p> <p>materiały, które nie zostaną rozdystrybuowane powinny zostać przekazane Zamawiającemu.</p> <p>Wykonawca przygotowuje materiały informacyjne, w oparciu o dane przekazane przez Zamawiającego, w ilości odpowiedniej do zaproszonych gości, materiały, przed wydrukowaniem, wymagają zgody i akceptacji Zamawiającego.</p> <p>Wykonawca dla każdego uczestnika konferencji ma przygotować tzw. pakiet prasowy, składający się z:</p> <ul style="list-style-type: none"> - specjalnej karty – pamięci USB z nadrukiem uzgodnionym z Zamawiającym, na karcie nagrane zostaną materiały prasowe (foto, teksty, wideo – przygotowane w uzgodnieniu z Zamawiającym – przeznaczone do tworzenia publikacji przez dziennikarzy), - list przewodni – ulotkę ze specjalnym poufnym adresem do folderu sieciowego (w chmurze), który zawierać będzie gotowe materiały podobnie jak na w/w karcie, z tym, że magazyn ten będzie aktualizowany w trakcie trwania projektu, - odbędzie się minimum 5 aktualizacji w/w magazynu, - dziennikarze każdorazowo zostaną o kolejnej aktualizacji powiadomieni, - w pakiecie znajdzie się również mini notes, elegancki długopis oraz uzgodniony z Zamawiającym słodki drobiazg (cukierek premium lub czekoladka), <p>Pakiety prasowe będą wydawane przy uzupełnianiu listy obecności na wejściu na konferencje.</p>

<p>4. Podstrona projektu na stronie Wnioskodawcy</p>	<p>Strona promująca projekt, która może mieć postać subdomeny, samodzielnej strony lub podstrony, o ile istniejący system na to pozwala.</p>	<p>Szczegółowe ustalenia z IT Zamawiającego po podpisaniu umowy</p>	<p>Kpl.</p>	<p>1</p>	<p>Pakiety niewydane zostaną przekazane Zamawiającemu.</p> <p>Specyfikacja projektowania, wykonania, uruchomienia i wdrożenia specjalnej zakładki na stronie internetowej dotyczącej Projektu</p> <p>1. System Zarządzania Treścią (CMS):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strona musi wykorzystywać CMS zgodny ze standardami W3C (HTML5 i CSS3). - Preferowane systemy to WordPress, Joomla, Drupal lub innych open source zaakceptowanych przez Zamawiającego. - CMS musi zapewniać łatwość w zarządzaniu treściami oraz umożliwiać rozwijanie funkcjonalności w przyszłości. <p>2. Panel Administracyjny:</p> <ul style="list-style-type: none"> - System musi zawierać panel administracyjny dla administratorów i redaktorów, umożliwiający pełne zarządzanie treścią. - Panel powinien być intuicyjny i oferować zaawansowane opcje zarządzania użytkownikami, uprawnieniami oraz logami aktywności. - Administratorzy powinni mieć dostęp do narzędzi analitycznych i raportów w panelu administracyjnym. <p>3. Technologia Interfejsu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wszystkie strony serwisu muszą być zgodne z HTML5 i CSS3. Kod generowany przez CMS musi być walidowany. - Wykorzystanie nowoczesnych technologii front-endowych, takich jak JavaScript (ES6+), React, Angular lub Vue.js. - Strona powinna być zoptymalizowana pod kątem wydajności i szybkości ładowania. <p>4. Edycja Treści:</p> <ul style="list-style-type: none"> - System musi zawierać edytor WYSIWYG umożliwiający pracę z treściami bez znajomości kodu HTML. - Edytor powinien oferować funkcje takie jak formatowanie tekstu, wstawianie załączników i tabel, zmiana koloru czcionki, wstawianie multimediów (video, audio). - Możliwość podglądu zmian przed ich opublikowaniem. <p>5. Dostępność w Przeglądarkach:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strona i CMS muszą działać poprawnie na popularnych przeglądarkach internetowych, takich jak Chrome, Firefox, Safari, Edge oraz w przeglądarkach mobilnych. - Strona musi być testowana pod kątem kompatybilności z różnymi wersjami przeglądarek.
--	--	---	-------------	----------	--

					<ul style="list-style-type: none">- Wykorzystanie narzędzi do testowania responsywności i dostępności, takich jak BrowserStack. <p>6. Załączanie Plików do Pobrania:</p> <ul style="list-style-type: none">- Dla każdego artykułu musi być możliwe załączenie plików do pobrania z repozytorium.- Pliki powinny być prezentowane zgodnie z formatem, nazwą i wielkością, z możliwością sortowania i filtrowania.- Repozytorium plików powinno obsługiwać różne formaty (PDF, DOCX, PPTX, JPEG, PNG). <p>7. Zawartość Artykułu:</p> <ul style="list-style-type: none">- Artykuł musi zawierać tytuł, część nagłówkową, treść główną, słowa kluczowe i przyjazny link URL.- Opcja "pokaż na stronie głównej" musi być dostępna.- Możliwość dodawania tagów i kategorii do artykułów. <p>8. Konwersja i Drukowanie Artykułów:</p> <ul style="list-style-type: none">- CMS musi umożliwiać drukowanie artykułów oraz tworzenie menu nawigacyjnego.- Artykuły powinny być konwertowane do formatu PDF w celu łatwego pobierania i drukowania.- Funkcja drukowania musi być zoptymalizowana pod kątem układu i czytelności. <p>9. Mapa Serwisu:</p> <ul style="list-style-type: none">- System musi generować mapę serwisu, ułatwiającą nawigację po hierarchii kategorii i artykułów.- Mapa serwisu powinna być automatycznie aktualizowana przy każdej zmianie struktury strony.- Integracja mapy serwisu z narzędziami SEO. <p>10. Statystyki Odwiedzin:</p> <ul style="list-style-type: none">- Statystyki muszą zawierać informacje o liczbie wejść, czasie trwania odwiedzin, rodzaju przeglądarek itp.- Statystyki muszą filtrować wizyty botów wyszukiwarek.- Integracja z Google Analytics oraz możliwość generowania raportów na żądanie. <p>11. Wyszukiwanie Informacji:</p> <ul style="list-style-type: none">- System musi posiadać mechanizm pełnotekstowego wyszukiwania oraz wyszukiwanie zaawansowane.
--	--	--	--	--	---

					<ul style="list-style-type: none">- Wyniki wyszukiwania powinny być prezentowane w sposób przejrzysty i uporządkowany.- Wyszukiwanie musi obsługiwać filtry, takie jak data publikacji, kategoria, tagi. <p>12. Repozytorium Plików:</p> <ul style="list-style-type: none">- CMS musi zawierać repozytorium plików z możliwością zarządzania nimi, dodawania opisów, edycji parametrów grafik itp.- Pliki powinny być łatwo dostępne i przeszukiwalne.- Repozytorium powinno obsługiwać wersjonowanie plików. <p>13. Galerie Zdjęć, Panoramy:</p> <ul style="list-style-type: none">- System musi umożliwiać prezentację grafik w formie galerii, z możliwością powiększania, normalizacji rozmiarów itp.- Galerie powinny obsługiwać różne formaty obrazów oraz oferować opcje pokazu slajdów.- Możliwość dodawania opisów i tagów do zdjęć. <p>14. Optymalizacja dla Wyszukiwarek:</p> <ul style="list-style-type: none">- CMS musi umożliwiać optymalizację stron pod kątem wyszukiwarek (SEO).- Możliwość wypełniania meta danych, atrybutów "Alt" dla grafik oraz tworzenia przyjaznych linków URL.- Integracja z narzędziami do monitorowania SEO, takimi jak Google Search Console. <p>15. Obsługa Błędów:</p> <ul style="list-style-type: none">- System musi obsługiwać błędy poprzez dostosowanie stron błędów dla każdego bloku tematycznego oraz generowanie poprawnych kodów HTTP.- Strony błędów (404, 500 itp.) powinny być dostosowane wizualnie do reszty serwisu i zawierać przydatne linki oraz wyszukiwarke. <p>16. Zabezpieczenie Systemu:</p> <ul style="list-style-type: none">- System musi być odporny na ataki zgodnie z wytycznymi OWASP Top 10 - 2023.- Filtrowanie i walidowanie danych wejściowych, zapewnienie bezpiecznego dostępu, blokowanie kont przy nieautoryzowanych próbach logowania.- Regularne aktualizacje bezpieczeństwa i audyty systemu. <p>17. Backup:</p> <ul style="list-style-type: none">- System musi umożliwiać automatyczne tworzenie kopii zapasowych.
--	--	--	--	--	---

					<ul style="list-style-type: none">- Zarządzanie kopiami zapasowymi oraz ich przechowywanie na różnych serwerach.- Możliwość łatwego przywracania danych z kopii zapasowych. <p>18. Licencje i Szkolenia:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wykonawca musi przekazać licencje na wszystkie używane oprogramowanie i komponenty.- Przeprowadzenie szkoleń dla administratorów i redaktorów dotyczących obsługi CMS, zarządzania treściami oraz zabezpieczeń. <p>19. Instrukcja Konfiguracji:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wykonawca musi dostarczyć szczegółową instrukcję konfiguracji systemu.- Instrukcja powinna zawierać kroki instalacji, konfiguracji oraz instrukcje dotyczące zarządzania treściami i użytkownikami.- Dokumentacja powinna być dostępna w formie drukowanej i cyfrowej. <p>20. Prawa Autorskie:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wykonawca przeniesie prawa autorskie na Zamawiającego na wszelkie materiały stworzonych w ramach projektu.- Umowa musi zawierać klauzule dotyczące przeniesienia praw autorskich oraz wykorzystywania materiałów. <p>21. Newsletter:</p> <ul style="list-style-type: none">- Strona musi umożliwiać subskrypcję newslettera.- Możliwość zarządzania listą subskrybentów oraz automatycznego wysyłania powiadomień o nowych artykułach.- Integracja z popularnymi platformami do zarządzania newsletterami, takimi jak MailChimp lub SendinBlue. <p>22. Wyszukiwanie na Stronie:</p> <ul style="list-style-type: none">- Możliwość wyszukiwania na istniejącej stronie.- Wyniki wyszukiwania powinny być sortowane według trafności i daty.- Możliwość filtrowania wyników według kategorii, tagów, daty publikacji. <p>23. Aktualności:</p> <ul style="list-style-type: none">- Stworzenie, uzupełnianie i aktualizowanie informacji w zakładkach Aktualności.- Możliwość dodawania zdjęć, filmów oraz linków do artykułów.- Automatyczne archiwizowanie starych wiadomości. <p>24. Pozycjonowanie Strony:</p>
--	--	--	--	--	---

					<ul style="list-style-type: none">- Pozycjonowanie strony na podstawie określonych słów kluczowych, które można będzie wprowadzać w każdy z publikowanych artykułów/postów.- Regularna analiza i optymalizacja SEO na podstawie wyników wyszukiwania i trendów.- Użycie narzędzi do monitorowania pozycji strony w wyszukiwarkach, takich jak Ahrefs lub SEMrush. <p>25. Responsywność:</p> <ul style="list-style-type: none">- Strona musi być responsywna, dostosowując się do różnych rozdzielczości ekranów i urządzeń mobilnych.- Testowanie responsywności na różnych urządzeniach (smartfony, tablety, laptopy).- Zapewnienie optymalnego doświadczenia użytkownika na wszystkich urządzeniach. <p>26. Szybkość Ładowania:</p> <ul style="list-style-type: none">- Strona musi być zoptymalizowana pod kątem szybkości ładowania, aby zapewnić jak najlepsze doświadczenie użytkownika.- Wykorzystanie technik optymalizacji, takich jak kompresja obrazów, lazy loading, minifikacja kodu.- Należy przyjąć, że żadna strona/podstrona nie powinna ładować się dłużej niż 2,5 – 3 sekundy. <p>27. Integracja z Mediami Społecznosciowymi:</p> <ul style="list-style-type: none">- Strona powinna umożliwiać integrację z popularnymi mediami społecznościowymi, takimi jak Facebook, Twitter, LinkedIn.- Możliwość automatycznego publikowania nowych treści na profilach społecznościowych.- Dodanie przycisków do udostępniania treści na mediach społecznościowych. <p>28. Formularze Kontaktowe:</p> <ul style="list-style-type: none">- Strona musi zawierać formularze kontaktowe umożliwiające łatwy kontakt z administracją projektu.- Formularze powinny być zabezpieczone przed spamem (np. reCAPTCHA).- Możliwość zarządzania zgłoszeniami i odpowiedziami w panelu administracyjnym. <p>29. Bezpieczeństwo Danych:</p> <ul style="list-style-type: none">- Ochrona danych osobowych zgodnie z przepisami RODO.- Strona musi zapewniać bezpieczne przetwarzanie danych osobowych oraz możliwość usuwania danych na żądanie użytkownika.
--	--	--	--	--	--

					<ul style="list-style-type: none"> - Regularne audyty bezpieczeństwa i aktualizacje zgodne z najnowszymi standardami. <p>30. Integracja z Analityką:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strona musi być zintegrowana z narzędziami analitycznymi, takimi jak Google Analytics, w celu monitorowania ruchu i zachowań użytkowników. - Możliwość śledzenia celów, konwersji i zdarzeń na stronie. - Generowanie raportów analitycznych bezpośrednio z panelu administracyjnego. <p>31. Zgodność z Prawem:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strona musi być zgodna z obowiązującymi przepisami prawnymi dotyczącymi stron internetowych, w tym polityką prywatności i warunkami użytkowania. - Wyświetlanie informacji o plikach cookie i zgoda na ich użycie. - Uwzględnienie przepisów dotyczących dostępności cyfrowej dla osób z niepełnosprawnościami (WCAG).
5. Informacja o projekcie na stronie Opery Nova i aktualizacja informacji	Informacja o Projekcie na stronie projektowej Opery Nova i aktualizacja informacji w trakcie trwania Projektu. Przewidziane jest minimum 28-krotne odświeżenie informacji o projekcie w planowanym czasie realizacji.	Poza umieszczeniem istotnych informacji wymagane jest aktualizowanie treści wraz z postępami działań oraz ew. zmianami i modyfikacjami w terminach i zakresach działań projektowych.	Aktualizacja	28	<p>Specyfikacja informacji o Projekcie na stronie Opery Nova i aktualizacji informacji</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Zakładka Projektu stworzona w oparciu o opis w pkt 4. Specyfikacji: <ul style="list-style-type: none"> - Stworzenie dedykowanej zakładki na stronie Opery Nova, poświęconej projektowi. - Zakładka powinna być łatwo dostępna z poziomu strony głównej. 2. Oznakowanie Projektu: <ul style="list-style-type: none"> - Każda strona związana z projektem musi zawierać oznakowanie zgodne z wytycznymi Funduszy Europejskich, w tym odpowiednie logotypy i informacje o źle dofinansowania. 3. Treści Informacyjne: <ul style="list-style-type: none"> - Regularne publikowanie treści związanych z projektem, w tym aktualności, raporty, wyniki prac i inne istotne informacje. 4. Język Publikacji: <ul style="list-style-type: none"> - Wszystkie publikacje muszą być dostępne w języku polskim i angielskim. 5. Aktualizacja Treści: <ul style="list-style-type: none"> - Aktualizacje muszą być dokonywane minimum 2 razy w miesiącu. 6. Archiwizacja Treści:

					<ul style="list-style-type: none">- Wszystkie publikowane treści muszą być archiwizowane w ustalonym cyklu i dostępne w archiwum na stronie. <p>7. Integracja z Mediami Społecznymi:</p> <ul style="list-style-type: none">- Automatyczne publikowanie nowych treści związanych z projektem na profilach społecznościowych Operty Nova. <p>8. Komentarze i Opinie:</p> <ul style="list-style-type: none">- System umożliwiający użytkownikom dodawanie komentarzy i opinii na temat publikowanych treści. <p>9. Multimedia:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wstawianie zdjęć, filmów i innych materiałów multimedialnych związanych z projektem. <p>10. Linki Zewnętrzne:</p> <ul style="list-style-type: none">- Dodawanie linków do zewnętrznych stron i zasobów, które mogą być przydatne dla odwiedzających. <p>11. Optymalizacja SEO:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wszystkie publikacje muszą być zoptymalizowane pod kątem wyszukiwarek internetowych. <p>12. Formularze Kontaktowe:</p> <ul style="list-style-type: none">- Możliwość kontaktu z administracją projektu poprzez dedykowane formularze kontaktowe. <p>13. Monitorowanie i Raportowanie:</p> <ul style="list-style-type: none">- System monitorowania odwiedzin i generowania raportów dotyczących ruchu na stronie. <p>14. Zgodność z RODO:</p> <ul style="list-style-type: none">- Strona musi być zgodna z przepisami RODO dotyczącymi ochrony danych osobowych. <p>15. Responsywność:</p> <ul style="list-style-type: none">- Strona musi być responsywna i dostosowana do wyświetlania na różnych urządzeniach. <p>16. Bezpieczeństwo:</p> <ul style="list-style-type: none">- Regularne aktualizacje zabezpieczeń i ochrona przed atakami.
--	--	--	--	--	--

					17. Wsparcie Techniczne: - Zapewnienie wsparcia technicznego i konserwacji strony przez cały okres trwania projektu.
6. Ogłoszenia w prasie regionalnej i ogólnopolskiej	Publikacja jednorodnych redakcyjnie i stylistycznie artykułów promocyjnych w mediach drukowanych.	Istotnym wymogiem jest opracowanie zgodnego z identyfikacją wizualną oraz założeniami promocji Projektu stylu zarówno w zakresie wizualnym jak i używanego języka skierowanego do wytypowanych grup docelowych. Zalecane jest użycie przyjaznego, przystępnego języka i szaty graficznej skierowanej na prosty, klarowny przekaz.	szt.	Publikacji w prasie regionalnej 15 Publikacji w prasie ogólnopolskiej 5	Specyfikacja wykonania publikacji artykułów promocyjnych w prasie Artykuły Promocyjne w Prasie Regionalnej 1. Zakres Publikacji: - Zamieszczenie 15 artykułów w prasie regionalnej, w minimum 3 różne tytuły prasowe. 2. Projekt Graficzny i Korekta Edytorska: - Artykuły muszą być zaprojektowane graficznie przez Wykonawcę i poddane korekcie edytorskiej. - Projekty muszą być opatrzone logotypami zgodnie z aktualnymi wytycznymi dotyczącymi promocji źródeł dofinansowania projektu. 3. Akceptacja Projektów: - Wszystkie projekty muszą być zaakceptowane przez Zamawiającego przed publikacją. 4. Formuła Publikacji: - Każdy artykuł będzie jednorazowo emitowany w dzienniku regionalnym. - Artykuły mają mieć postać reklamy o wymiarach nie mniej niż A5 lub w wielkości o równoważnej powierzchni tj nie mniej niż 310,8 cm kw. - Publikacja na standardowym papierze gazetowym. - Artykuły muszą ukazać się w wersji drukowanej i/lub elektronicznej. W wersji elektronicznej ilość powierzchni przelicza się na nie mniej niż 1200 znaków ze spacjami i minimum 3 ilustracje. 5. Nakład i Dystrybucja: - Średni nakład każdego dziennika nie może być mniejszy niż 3 000 egzemplarzy. - Dystrybucja odpłatna. - Wykluczone są publikacje w tabloidach. Artykuły Promocyjne w Prasie Ogólnopolskiej 1. Zakres Publikacji: - Zamieszczenie ogłoszeń w tytule prasowym ogólnopolskim. 2. Projekt Graficzny i Korekta Edytorska:

				<ul style="list-style-type: none">- Ogłoszenia muszą być zaprojektowane graficznie przez Wykonawcę i poddane korekcie edytorskiej.- Projekty muszą być opatrzone logotypami zgodnie z aktualnymi wytycznymi dotyczącymi promocji źródeł dofinansowania projektu. <p>3. Akceptacja Projektów:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wszystkie projekty muszą być zaakceptowane przez Zamawiającego przed publikacją. <p>4. Formuła Publikacji:</p> <ul style="list-style-type: none">- Ogłoszenie będzie publikowane 5 razy w dzienniku ogólnopolskim.- Łączna powierzchnia reklamowa ogłoszeń nie może być mniejsza niż 2100 cm² na stronach redakcyjnych.- Publikacja w wydaniu drukowanym dziennika. <p>5. Nakład i Dystrybucja:</p> <ul style="list-style-type: none">- Średni nakład dzienny każdego dziennika nie może być mniejszy niż 35000 egzemplarzy.- Dystrybucja odpłatna.- Wykluczone są publikacje w tabloidach. <p>Szczegółowe Wymagania i Procedura Publikacji</p> <p>1. Projekt i Korekta:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wykonawca odpowiedzialny za opracowanie projektu graficznego i przeprowadzenie korekty edytorskiej.- W projekcie należy uwzględnić wszystkie wymagane logotypy oraz zgodność z wytycznymi dotyczącymi promocji źródeł dofinansowania. <p>2. Akceptacja Przez Zamawiającego:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wszystkie projekty graficzne i teksty muszą być przesłane do Zamawiającego do akceptacji co najmniej 10 dni roboczych przed planowaną publikacją.- Zamawiający ma prawo do wniesienia uwag i poprawek, które muszą być uwzględnione przez Wykonawcę przed ostateczną akceptacją. <p>3. Emisja i Dystrybucja:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wykonawca zobowiązany jest do koordynacji emisji artykułów z wybranymi redakcjami prasowymi.- Należy zapewnić, aby artykuły ukazały się we wskazanych terminach, w wersji drukowanej i/lub elektronicznej.
--	--	--	--	--

					<p>- Wykonawca musi dostarczyć Zamawiającemu dowody publikacji (np. egzemplarze gazet, linki do wersji online).</p> <p>4. Monitorowanie i Raportowanie: - Wykonawca zobowiązany jest do monitorowania publikacji i dostarczania raportów z realizacji kampanii. - Raporty powinny zawierać informacje o dacie publikacji, tytule prasowym, nakładzie oraz zasięgu.</p> <p>5. Terminowość: - Wszelkie działania związane z przygotowaniem, akceptacją i publikacją artykułów muszą być realizowane zgodnie z ustalonym harmonogramem. - W przypadku opóźnień, Wykonawca zobowiązany jest do niezwłocznego poinformowania Zamawiającego i uzgodnienia nowego terminu realizacji.</p> <p>Podsumowanie</p> <p>Zadanie obejmuje kompleksowe przygotowanie i publikację artykułów promocyjnych w prasie regionalnej i ogólnopolskiej, zgodnie z określonymi wytycznymi i wymogami dotyczącymi promocji źródeł dofinansowania projektu. Wykonawca odpowiedzialny jest za wszystkie etapy procesu, od opracowania projektu graficznego, przez korektę edytorską, aż po koordynację emisji i monitorowanie wyników kampanii.</p>
7. Organizacja wydarzeń informacyjnych dla mediów oraz przedstawicieli świata kultury	Specjalnie sprofilowane wydarzenia o charakterze uroczystej konferencji, dedykowane głównie mediom, ale też dostępne dla opiniotwórczej grupy przedstawicieli świata kultury	Uroczysta oprawa i jednocześnie krótkie, sprawne i rzeczowe wystąpienia w formie łatwym do reprodukcji (relacji) w mediach. Przygotowane zostaną pakiety informacyjne dla uczestników wydarzeń.	Ilość wydarzeń	Ilość wydarzeń: 2 Ilość gości na każdym wydarzeniu/catering: 50 osób	<p>Specyfikacja organizacji dwóch spotkań informacyjnych dla przedstawicieli świata kultury</p> <p>Grupa zapraszana na wydarzenie: Wydarzenia są adresowane do szerokiego grona odbiorców związanych z kulturą. Uczestnikami spotkań będą na przykład:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prasa branżowa: Redaktorzy i dziennikarze specjalizujący się w kulturze, sztuce oraz wydarzeniach kulturalnych. 10 redakcji zostanie zaproszonych - Media ogólnopolskie: Reprezentanci największych krajowych gazet, magazynów, stacji radiowych i portali internetowych. 10 redakcji zostanie zaproszonych - Media lokalne: Dziennikarze i reporterzy z regionalnych gazet, stacji radiowych i telewizyjnych. 5 redakcji zostanie zaproszonych - Portale branżowe: Redaktorzy i administratorzy popularnych portali poświęconych kulturze, sztuce oraz nowoczesnym technologiom w dziedzinie kultury. 5 redakcji zostanie zaproszonych - Przedstawiciele świata kultury: Artyści, kuratorzy, organizatorzy wydarzeń kulturalnych. 20 osób/organizacji zostanie zaproszonych

					<p>Lista gości zaproszonych na każde z 2 wydarzeń zostanie uzgodniona z Zamawiającym, zaplanowane jest zaproszenie nie mniej niż 50 osób na każde wydarzenie.</p> <p>Zamawiający:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Udostępnienie pomieszczeń:<ul style="list-style-type: none">- Zamawiający udostępni bezpłatnie odpowiednie pomieszczenia w ustalonych terminach.- Pomieszczenia będą odpowiednio przygotowane do przyjęcia uczestników konferencji, w tym zapewnienie wystarczającej liczby krzeseł i stołów (minimum 50 krzeseł i 10 stołów na spotkanie).2. Dostęp do infrastruktury:<ul style="list-style-type: none">- Zamawiający zapewni dostęp do sieci elektrycznej, wody oraz toalet. <p>Wykonawca:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Przygotowanie sali:<ul style="list-style-type: none">- Ustawienie stołów i krzeseł zgodnie z wymaganiami Zamawiającego.- Oznaczenie wejścia do sali i ustawienie roll-upów i/lub bannerów z logotypami Opery Nova i Funduszy Europejskich.- Dostarczenie dodatkowych elementów oznakowania, takich jak strzałki kierunkowe.2. Nagłośnienie i prezentacje:<ul style="list-style-type: none">- Zapewnienie wysokiej jakości systemu nagłośnienia (4 mikrofony bezprzewodowe, wzmacniacz, mikser audio, głośniki).- Sprzęt do prezentacji multimedialnej (projektor, ekran projekcyjny, komputer z oprogramowaniem do prezentacji, bezprzewodowa mysz, wskaźnik laserowy).3. Catering:<ul style="list-style-type: none">- Menu obejmujące różne rodzaje przekąsek, zarówno słodkie, jak i słone (minimum 4 sztuki przekąsek na osobę).- Opcje wegetariańskie, wegańskie, bezglutenowe i bezlaktozowe.- Profesjonalny bar kawowy oraz szeroka gama napojów bezalkoholowych.- Estetyczna prezentacja przekąsek i napojów oraz stałe uzupełnianie bufetu.- Użycie ekologicznych opakowań, naczyń i sztućców.- Profesjonalny zespół obsługi cateringowej.4. Wystąpienia i prelekcje:
--	--	--	--	--	---

					<p>W ramach każdego z przeprowadzonych wydarzeń mogą zostać zrealizowane wszystkie lub wybrane w uzgodnieniu z Zamawiającym formy działań:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wprowadzenie do wydarzenia: Krótkie wystąpienie organizatorów na temat celu spotkania oraz prezentacja głównych tematów.- Prezentacje tematyczne: Wykłady na temat aktualnych trendów w kulturze, organizacji wydarzeń kulturalnych, promocji kultury w mediach.- Panel dyskusyjny: Dyskusja z udziałem zaproszonych ekspertów i przedstawicieli świata kultury na temat współczesnych wyzwań i możliwości w sektorze kultury.- Sesje Q&A: Możliwość zadawania pytań przez uczestników oraz udzielanie odpowiedzi przez prelegentów.- Warsztaty: Praktyczne warsztaty dotyczące organizacji wydarzeń kulturalnych, marketingu w kulturze oraz współpracy z mediami. <p>Catering:</p> <p>Stół szwedzki: Przekąski będą serwowane w formie bufetu szwedzkiego, umożliwiając uczestnikom swobodny dostęp do jedzenia.</p> <p>Różnorodność przekąsek: Menu obejmujące różne rodzaje przekąsek, zarówno słodkie (np. ciastka, muffiny, owoce), jak i słone (np. kanapki, wrapy, mini quiche, krakersy z serem). Minimum 4 sztuki przekąsek na osobę.</p> <p>Opcje dietetyczne: Zapewnienie odpowiedniej liczby opcji wegetariańskich, wegańskich, bezglutenowych i bezlaktozowych. Opcje wegetariańskie i wegańskie powinny stanowić 30% całości menu, a bezglutenowe i bezlaktozowe 20%.</p> <p>Bar kawowy: Profesjonalny bar kawowy serwujący różne rodzaje kawy (espresso, cappuccino, latte), herbatę, gorącą czekoladę oraz różne rodzaje mleka (w tym roślinne, np. sojowe, migdałowe).</p> <p>Napoje zimne: Dostępność szerokiej gamy napojów bezalkoholowych, w tym woda mineralna (gazowana i niegazowana), soki owocowe, napoje gazowane. Każdy uczestnik powinien mieć dostęp do minimum 2x200 ml napojów.</p> <p>Estetyczna prezentacja: Przekąski i napoje powinny być estetycznie zaprezentowane, z uwzględnieniem eleganckich talerzyków, serwetek i dekoracji. Wszystkie elementy serwisu powinny być spójne i tworzyć atrakcyjny wizualnie bufet. Przekąski powinny być rozmieszczone na kilku stacjach w formie bufetu szwedzkiego, co pozwoli uniknąć tłoku i zapewnić łatwy dostęp do jedzenia.</p> <p>Stałe uzupełnianie: Zapewnienie ciągłego uzupełniania przekąsek i napojów w trakcie trwania konferencji, aby nie zabrakło ich dla żadnego uczestnika.</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>Pakiety prasowe będą wydawane przy uzupełnianiu listy obecności na wejściu na wydarzenie.</p> <p>Pakiety niewydane zostaną przekazane Zamawiającemu.</p> <p>Podsumowanie: Organizacja dwóch spotkań informacyjnych dla przedstawicieli świata kultury wymaga skoordynowanego działania zarówno ze strony Zamawiającego, jak i Wykonawcy. Zamawiający zapewnia niezbędne zasoby i infrastrukturę, podczas gdy Wykonawca odpowiada za szczegółowe przygotowanie, obsługę wydarzeń oraz catering. Szczególną uwagę należy zwrócić na jakość i różnorodność oferowanych przekąsek, estetykę prezentacji oraz zrównoważone podejście do używanych materiałów. Wszystkie te elementy mają na celu zapewnienie komfortu i satysfakcji uczestników oraz profesjonalnego przebiegu całych wydarzeń.</p>
8. Kampania promocyjna w mediach społecznościowych	<p>Przygotowanie i realizacja intensywnych, zharmonizowanych z celami projektu oraz wizerunkiem ON kampanii w wykorzystywanych przez Zamawiającego profilach na Facebooku i na Instagramie. Cel podstawowy to zwiększanie zasięgów, ale z dbałością o jakość wizerunkową instytucji oraz skalą zmian realizowanych w Projekcie.</p>	<p>Szczególnie istotne w ramach tego działania jest bieżący monitoring efektów – zarówno analiza ilościowa jak i komentarze i głosy internautów. Działanie ciągłe. Możliwość rozliczenia zakończonych etapów nie częściej niż 1 raz w miesiącu.</p>	Kampania kpl.	<p>1 kpl. Facebook 1 kpl. Instagram</p>	<p>Specyfikacja kampanii promocyjnej w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram)</p> <p>1. Planowanie Kampanii: - Strategia: Opracowanie szczegółowej strategii kampanii obejmującej cele, grupy docelowe, harmonogram. Cel: Ustalenie jasnego planu działania, aby osiągnąć zamierzone cele kampanii. - Segmentacja: Dostosowanie kampanii do grup odbiorców w różnych lokalizacjach (lokalna, regionalna, ogólnopolska) oraz we wszystkich grupach wiekowych. Cel: Precyzyjne dotarcie do odpowiednich grup docelowych w celu maksymalizacji efektywności kampanii.</p> <p>2. Produkcja Treści: - Motywy: Wytypowanie 10 głównych motywów do opisanie i zilustrowania. Cel: Stworzenie spójnej i angażującej narracji wokół projektu. - Fotografia: Każdy motyw zarejestrowany przez fotografa (minimum 80 zdjęć na motyw, rozdzielczość 20 MPix, formaty RAW i JPG). Cel: Dostarczenie wysokiej jakości materiałów wizualnych wspierających kampanię. - Wideo: Każdy motyw zarejestrowany przez operatora wideo. Cel: Urozmaicenie treści kampanii za pomocą dynamicznych materiałów wideo. - Zróżnicowanie: Zróżnicowanie kompozycji, zawartości i poprawność kadrowania; brak dystorsji, szumów, winiety, aberracji chromatycznej oraz odbłasków. Cel: Zapewnienie wysokiej jakości materiałów wizualnych. - Sesje: Zdjęcia wykonywane w różnych terminach w okresie realizacji projektu z uwzględnieniem dobrej widoczności i warunków atmosferycznych. Cel: Zapewnienie różnorodności i aktualności materiałów wizualnych.</p>

					<p>3. Wykonanie Wizualnych Motywów:</p> <ul style="list-style-type: none">- Animacje: 30 różnych animacji. Cel: Wzbogacenie kampanii o dynamiczne i angażujące treści wizualne.- Grafiki: 30 grafik statycznych. Cel: Urozmaicenie treści kampanii poprzez atrakcyjne wizualnie elementy graficzne.- Infografiki: 20 infografik. Cel: Przekazanie skomplikowanych informacji w przystępny i zrozumiały sposób.- Jakość: Techniczna jakość dopasowana do platform społecznościowych (Facebook, Instagram) w parametrach optymalnych dla osiągnięcia wysokiej jakości (4K). Cel: Zapewnienie najlepszej jakości wizualnej treści publikowanych na platformach społecznościowych. <p>4. Publikacja Treści:</p> <ul style="list-style-type: none">- Harmonogram: Regularna publikacja treści zgodnie z ustalonym harmonogramem (minimum 1 post tygodniowo w okresie umowy na promocję). Cel: Utrzymanie ciągłej obecności w mediach społecznościowych i zaangażowanie odbiorców.- Format: Dopasowanie formatów treści do wymagań Facebooka i Instagrama. Cel: Optymalizacja treści pod kątem specyfikacji technicznych każdej platformy.- Engagement: Tworzenie treści angażujących użytkowników (ankiety, pytania). Cel: Zwiększenie interakcji z użytkownikami i budowanie społeczności wokół projektu. <p>5. Promocja:</p> <ul style="list-style-type: none">- Facebook:<ul style="list-style-type: none">- 150 000 nowych wyświetleń fanpage. Cel: Zwiększenie zasięgu i widoczności profilu.- 2500 realnych polubień fanpage. Cel: Budowanie społeczności i zwiększenie zaangażowania użytkowników.- 10 000 realnych polubień zdjęć lub postów. Cel: Zwiększenie interakcji z publikowanymi treściami.- Instagram:<ul style="list-style-type: none">- 100 000 nowych wyświetleń fanpage. Cel: Zwiększenie zasięgu i widoczności profilu.- 1000 realnych obserwujących (followers). Cel: Zwiększenie liczby stałych obserwujących profilu. <p>6. Targetowanie:</p>
--	--	--	--	--	---

					<ul style="list-style-type: none">- Grupy Docelowe: Precyzyjne targetowanie reklam do różnych grup odbiorców na podstawie demografii, lokalizacji, zainteresowań. Cel: Skuteczne dotarcie do odpowiednich grup docelowych.- Testowanie: Testowanie różnych grup docelowych i optymalizacja kampanii na podstawie wyników. Cel: Optymalizacja kampanii w celu maksymalizacji jej efektywności. <p>7. Analiza i Optymalizacja:</p> <ul style="list-style-type: none">- Monitorowanie: Ciągłe monitorowanie wyników kampanii. Cel: Zapewnienie bieżącego wglądu w skuteczność działań i możliwość szybkiej reakcji.- Raporty: Regularne raportowanie wyników (miesięczne raporty dla Zamawiającego). Cel: Informowanie Zamawiającego o postępach i wynikach kampanii.- Optymalizacja: Optymalizacja kampanii na podstawie analiz i wniosków. Cel: Ciągłe ulepszanie kampanii w oparciu o zebrane dane. <p>8. Kampanie Eventowe:</p> <ul style="list-style-type: none">- Promocja Wydarzeń: Prowadzenie kampanii promujących konkretne wydarzenia. Cel: Zwiększenie frekwencji i zainteresowania wydarzeniami.- Wydarzenia na Facebooku: Tworzenie i promowanie wydarzeń na Facebooku. Cel: Skuteczna promocja wydarzeń i zaangażowanie użytkowników. <p>9. Treści Wideo:</p> <ul style="list-style-type: none">- Produkcja: Produkcja treści wideo wysokiej jakości, w tym trailerów wydarzeń, wywiadów, relacji. Cel: Urozmaicenie treści kampanii za pomocą atrakcyjnych materiałów wideo.- Optymalizacja: Optymalizacja wideo pod kątem platform społecznościowych. Cel: Zapewnienie najlepszej jakości wizualnej treści publikowanych na platformach społecznościowych. <p>9. Treści Graficzne:</p> <ul style="list-style-type: none">- Infografiki: Tworzenie infografik przedstawiających kluczowe informacje i dane dotyczące projektu. Cel: Przekazanie skomplikowanych informacji w przystępny sposób.- Memes i Cytaty: Tworzenie angażujących treści graficznych, takich jak memy, cytaty z wywiadów, ciekawostki. Cel: Zwiększenie zaangażowania użytkowników poprzez atrakcyjne i zrozumiałe treści. <p>12. Hashtagi:</p>
--	--	--	--	--	--

					<ul style="list-style-type: none">- Kampania Hashtagowa: Stworzenie i promowanie unikalnych hashtagów związanych z projektem. Cel: Zwiększenie zasięgu i rozpoznawalności kampanii.- Monitorowanie: Monitorowanie użycia hashtagów i angażowanie użytkowników korzystających z nich. Cel: Zwiększenie interakcji z użytkownikami i budowanie społeczności wokół projektu. <p>13. Influencer Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none">- Współpraca z Influencerami: Nawiązanie współpracy z influencerami związanymi z kulturą i sztuką. Cel: Zwiększenie zasięgu i wiarygodności kampanii.- Promocja: Promowanie wydarzeń i treści za pośrednictwem profili influencerów. Cel: Skuteczne dotarcie do szerszej grupy odbiorców. <p>14. Ankiety i Pytania:</p> <ul style="list-style-type: none">- Engagement: Tworzenie ankiet i pytań angażujących użytkowników. Cel: Zwiększenie zaangażowania i interakcji z użytkownikami.- Feedback: Zbieranie feedbacku od użytkowników dotyczącego wydarzeń i treści. Cel: Poprawa jakości treści i działań na podstawie opinii użytkowników. <p>15. SEO i SEM:</p> <ul style="list-style-type: none">- Optymalizacja Treści: Optymalizacja treści pod kątem wyszukiwarek. Cel: Zwiększenie widoczności treści w wynikach wyszukiwania.- Reklamy SEM: Prowadzenie kampanii SEM wspierających działania w mediach społecznościowych <p>. Cel: Zwiększenie zasięgu i efektywności kampanii.</p> <p>16. Remarketing:</p> <ul style="list-style-type: none">- Kampanie Remarketingowe: Prowadzenie kampanii remarketingowych do użytkowników, którzy już wcześniej angażowali się w treści związane z projektem. Cel: Skuteczne dotarcie do użytkowników zainteresowanych projektem. <p>15. Content Calendar:</p> <ul style="list-style-type: none">- Kalendarz Publikacji: Opracowanie i utrzymanie kalendarza publikacji treści. Cel: Zapewnienie regularności i spójności publikowanych treści.- Zarządzanie Treścią: Zarządzanie harmonogramem publikacji i dostosowywanie go do potrzeb kampanii. Cel: Efektywne planowanie i realizacja kampanii. <p>18. Współpraca z Partnerami:</p>
--	--	--	--	--	--

					<ul style="list-style-type: none">- Kooperacja: Współpraca z partnerami projektu w celu wspólnej promocji. Cel: Zwiększenie zasięgu i efektywności kampanii dzięki współpracy z innymi podmiotami.- Cross-promotion: Wzajemna promocja treści między partnerami. Cel: Skuteczna i efektywna promocja kampanii. <p>19. Zapewnienie Zgodności:</p> <ul style="list-style-type: none">- Zgodność z Regulaminami: Zapewnienie zgodności działań promocyjnych z regulaminami Facebooka i Instagrama. Cel: Uniknięcie problemów prawnych i zapewnienie bezpieczeństwa kampanii.- Prawa Autorskie: Zapewnienie, że wszystkie materiały używane w kampanii są wolne od naruszeń praw autorskich. Cel: Ochrona praw własności intelektualnej i zgodność z przepisami. <p>20. Szkolenia:</p> <ul style="list-style-type: none">- Szkolenia dla Zespołu: Przeprowadzenie szkoleń dla zespołu odpowiedzialnego za kampanię w zakresie zarządzania mediami społecznościowymi. Cel: Zapewnienie wysokiej jakości zarządzania kampanią.- Aktualizacja Wiedzy: Regularne aktualizowanie wiedzy na temat nowych funkcji i algorytmów platform społecznościowych. Cel: Bieżąca aktualizacja wiedzy i umiejętności zespołu. <p>21. User-Generated Content (UGC):</p> <ul style="list-style-type: none">- Promocja UGC: Zachęcanie użytkowników do tworzenia i udostępniania treści związanych z projektem. Cel: Zwiększenie zaangażowania użytkowników i budowanie społeczności wokół projektu.- Konkursy na UGC: Organizacja konkursów na najlepsze treści stworzone przez użytkowników. Cel: Stworzenie interakcji z użytkownikami oraz angażowanie ich w kampanię. <p>22. Monitorowanie statystyk internetowego obiegu informacji:</p> <ul style="list-style-type: none">- Raporty: Regularne raportowanie wyników analiz. Cel: Informowanie Zamawiającego o aktywności użytkowników i skuteczności kampanii. <p>24. Stała Komunikacja z Zamawiającym:</p> <ul style="list-style-type: none">- Raportowanie: Regularne raportowanie wyników kampanii Zamawiającemu. Cel: Zapewnienie bieżącej informacji o postępach kampanii.- Spotkania: Regularne spotkania z Zamawiającym w celu omówienia postępów kampanii i ewentualnych zmian. Cel: Bieżąca koordynacja działań kampanii.
--	--	--	--	--	--

					<p>25. Personalizacja Treści:</p> <ul style="list-style-type: none">- Dynamiczne Treści: Tworzenie dynamicznych treści dopasowanych do zachowań użytkowników. Cel: Zwiększenie zaangażowania użytkowników poprzez spersonalizowane treści.- Segmentacja: Segmentacja treści na podstawie preferencji i zachowań użytkowników. Cel: Efektywne docieranie do odpowiednich grup docelowych. <p>26. Tworzenie Historii:</p> <ul style="list-style-type: none">- Stories na Instagramie: Regularne publikowanie treści w formacie Stories na Instagramie. Cel: Zwiększenie zaangażowania użytkowników poprzez atrakcyjny format.- Relacje: Tworzenie relacji z wydarzeń i ciekawostek związanych z projektem. Cel: Urozmaicenie treści kampanii i przyciągnięcie uwagi użytkowników. <p>26. Wsparcie Techniczne:</p> <ul style="list-style-type: none">- Support: Zapewnienie wsparcia technicznego dla użytkowników w razie problemów z dostępem do treści lub interakcji z profilami. Cel: Zapewnienie użytkownikom bezproblemowego dostępu do treści i wsparcia technicznego. <p>28. Automatyzacja:</p> <ul style="list-style-type: none">- Narzędzia Automatyzacji: Wykorzystanie narzędzi do automatyzacji publikacji i monitorowania kampanii. Cel: Zwiększenie efektywności działań dzięki automatyzacji powtarzalnych zadań.- Efektywność: Zwiększenie efektywności działań dzięki automatyzacji powtarzalnych zadań. Cel: Usprawnienie procesów kampanii i oszczędność czasu. <p>29. Śledzenie Konwersji:</p> <ul style="list-style-type: none">- Analiza Konwersji: Śledzenie i analiza konwersji generowanych przez kampanie. Cel: Zrozumienie, które działania kampanii przynoszą najlepsze rezultaty.- Optymalizacja: Optymalizacja kampanii pod kątem maksymalizacji konwersji. Cel: Zwiększenie efektywności kampanii poprzez optymalizację działań. <p>30. Zgodność z RODO: (RODO DO SPOŁECZNOŚCIÓWEK?)</p> <ul style="list-style-type: none">- Ochrona Danych: Zapewnienie zgodności działań z przepisami RODO. Cel: Ochrona danych osobowych użytkowników i zgodność z przepisami.
--	--	--	--	--	---

					- Polityka Prywatności: Aktualizacja polityki prywatności zgodnie z wymogami RODO. Cel: Zapewnienie transparentności w zakresie przetwarzania danych osobowych.
9. Rozpowszechnianie informacji o projekcie w repertuarach koncertowych	Wykonanie nowego, odświeżonego projektu repertuaru utrzymującego mocne strony dotychczasowej szaty, ale z uwzględnieniem wymogów promocji Projektu oraz zmian jakie ten projekt wnosi do działań Zamawiającego	Zaleca się harmonizowanie stylu całej serii oraz ustalenie konwencji zbieżnej z pozostałymi mediami (ulotki, social media itp.) wykorzystywanymi w ramach tego Projektu. Możliwość rozliczania każdego z 4 nakładów odrębnie (po opracowaniu 1 repertuaru i dystrybucji jego nakładu).	Ilość opracowanych repertuarów Nakład każdego z repertuarów	4 repertuary (na 4 koncerty) 400 egz. każdego repertuaru	Specyfikacja rozpowszechniania informacji o projekcie w repertuarach koncertowych 1. Cel: - Zaprojektowanie, wydruk i dostawa 1600 repertuarów koncertowych dla łącznie 4 koncertów, zawierających informacje o koncertach, opis projektu, jego celach i etapach realizacji. 2. Projekt Graficzny: - Projekt: Opracowanie spójnego projektu graficznego repertuarów koncertowych. - Layout: Przejrzysty i estetyczny układ stron, zawierający wymagane informacje o koncertach, opis projektu, jego cele i etapy realizacji. 3. Treść Repertuaru: - Informacje o Koncertach: Szczegółowe informacje dotyczące każdego z 4 koncertów, w tym daty, godziny, miejsca, program koncertu, wykonawców. - Opis Projektu: Szczegółowy opis projektu, jego cele i etapy realizacji. - Informacje o Operze Nova: Krótki opis Opery Nova oraz jej działalności. 4. Oznakowanie: - Logo Opery Nova: Wyraźne umieszczenie logotypu Opery Nova na okładce i w odpowiednich miejscach wewnątrz repertuaru. - Fundusze Europejskie: Umieszczenie wymaganych oznakowań Funduszy Europejskich zgodnie z wytycznymi dotyczącymi promocji projektów współfinansowanych. 5. Format: - Rozmiar: Standardowy rozmiar A5 (148 x 210 mm). - Objętość: Każdy repertuar powinien zawierać 16 stron, w tym okładkę. 6. Jakość Druku: - Papier: Wysokiej jakości papier bezchlorowy o gramaturze 170 g/m ² . - Kolor: Druk pełnokolorowy (CMYK) z wysoką jakością odwzorowania kolorów (proof). 7. Redakcja i Korekta: - Tekst: Profesjonalna redakcja i korekta wszystkich tekstów zawartych w repertuarach.

					<ul style="list-style-type: none">- Język: Teksty w języku polskim, z uwzględnieniem wysokiego poziomu poprawności językowej i stylistycznej. <p>8. Fotografie:</p> <ul style="list-style-type: none">- Jakość: Wysokiej jakości fotografie związane z działalnością Zamawiającego, z wykonawcami na koncertach oraz z projektem.- Prawa: Uzyskanie praw do wykorzystania wszystkich fotografii użytych w repertuarach. <p>9. Dostawa:</p> <ul style="list-style-type: none">- Ilość: Wydruk i dostawa 1600 egzemplarzy repertuarów.- Termin: Dostarczenie repertuarów najpóźniej 2 tygodnie przed pierwszym koncertem.- Lokalizacja: Dostawa do siedziby Opery Nova w Bydgoszczy. <p>10. Wymogi Formalne:</p> <ul style="list-style-type: none">- Akceptacja: Wykonawca przedstawi Zamawiającemu projekt do akceptacji przed przystąpieniem do druku.- Poprawki: Uwzględnienie ewentualnych uwag i poprawek Zamawiającego. <p>11. Nakład:</p> <ul style="list-style-type: none">- Podział: 1600 egzemplarzy repertuarów podzielonych równo na 4 koncerty, po 400 egzemplarzy na koncert – do dysponowania przez Zamawiającego. <p>12. Zrównoważony Rozwój:</p> <ul style="list-style-type: none">- Materiały: Użycie materiałów ekologicznych, w tym papieru bezchlorowego.- Drukarnia: Wybór drukarni stosującej przyjazne dla środowiska technologie druku. <p>13. Projekt i Wykonanie:</p> <ul style="list-style-type: none">- Terminy: Opracowanie projektu i jego dostarczenie do akceptacji w ciągu 30 dni od daty podpisania umowy.- Produkcja: Wydruk i produkcja repertuarów w ciągu 14 dni od akceptacji projektu. <p>14. Bezpieczeństwo Informacji:</p> <ul style="list-style-type: none">- Poufność: Wykonawca zobowiązuje się do zachowania poufności wszelkich informacji przekazanych przez Zamawiającego. <p>15. Weryfikacja:</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>- Próba Druku: Wykonanie próbnego egzemplarza do akceptacji przez Zamawiającego przed przystąpieniem do druku całości nakładu.</p> <p>16. Magazynowanie: - Przechowywanie: Wykonawca zobowiązuje się do bezpiecznego magazynowania gotowych repertuarów do momentu dostawy.</p> <p>17. Dokumentacja: - Raport: Dostarczenie raportu z realizacji zadania, zawierającego informacje o procesie produkcji, jakości materiałów i terminowości.</p> <p>18. Kontakt: - Komunikacja: Wyznaczenie osoby kontaktowej po stronie Wykonawcy odpowiedzialnej za koordynację projektu i bieżący kontakt z Zamawiającym.</p> <p>19. Estetyka i Spójność: - Design: Spójność graficzna i estetyczna z innymi materiałami promocyjnymi Opery Nova i Funduszy Europejskich. - Czcionki i Kolory: Wykorzystanie czcionek i kolorów zgodnych z wytycznymi wizerunkowymi Opery Nova i Funduszy Europejskich.</p> <p>20. Dbałość o Detale: - Precyzja: Staranność w przygotowaniu wszystkich elementów, dbałość o detale, takie jak marginesy, kerning i odstępy między wierszami. - Jakość: Wysoki standard wykonania i estetyki końcowego produktu.</p> <p>Ta specyfikacja ma na celu zapewnienie wysokiej jakości wykonania oraz efektywnej promocji projektu poprzez repertuary koncertowe, zgodnie z wymogami Opery Nova i Funduszy Europejskich.</p>
10. Spoty promujące projekt w TV ogólnopolskiej i w regionalnym programie TV	Przygotowanie 3 wzajemnie uzupełniających się co do treści i grup odbiorców pomysłów i profesjonalna ich realizacja/publikacja	Należy zwrócić uwagę na obrazowanie treści w przekazie – ponieważ planowane jest użycie w social mediach – należy tak przeprowadzić narrację, by unikać drobnych elementów na ekranie, tak, by treść była doskonale czytelna także na ekranie smartfona	Ilość spotów w szt. Liczba emisji w telewizji ogólnopolskiej Liczba emisji w telewizji regionalnej	3 szt. spotów x 2 wersje (20 i 30 sekund) 10 emisji w TV ogólnopolskiej 20 emisji w TV regionalnej	Specyfikacja produkcji i emisji spotów reklamowych - 3 spoty w 2 wersjach każdy (po 20 i 30 sekund) 1. Wyprodukowanie i Emisja: - Wyprodukowanie trzech różnych spotów reklamowych, każdy w dwóch wersjach czasowych (20 i 30 sekund) oraz ich emisja w telewizji regionalnej. 2. Scenariusz: - Opracowanie Scenariusza: Opracowanie szczegółowego scenariusza dla każdego z trzech spotów reklamowych, zapewnienie spójnej i atrakcyjnej narracji. - Akceptacja: Scenariusz musi zostać zaakceptowany przez Zamawiającego przed rozpoczęciem produkcji.

					<p>3. Produkcja Spotów:</p> <ul style="list-style-type: none">- Liczba Spotów: Produkcja trzech różnych spotów, każdy w dwóch wersjach czasowych (20 i 30 sekund), stworzenie różnorodnych materiałów promocyjnych.- Jakość Produkcji: Produkcja w jakości 4K, 12 bit, rejestrowana w standardzie RAW.- Dni Zdjęciowe: Zorganizowanie dwóch dni zdjęciowych dla realizacji każdego spotu, gwarantując odpowiedni czas na realizację wysokiej jakości materiałów wideo. <p>4. Sprzęt i Technologia:</p> <ul style="list-style-type: none">- Sprzęt Filmowy: Wysokiej jakości kamery 4K, oświetlenie, mikrofony i inne niezbędne wyposażenie, zapewniając najlepszą jakość nagrań.- Stabilizacja: Wykorzystanie różnych urządzeń stabilizujących i statywów, takich jak gimbały, steadycamy, tripody, zapewniając stabilne i płynne ujęcia wideo. <p>5. Kreacja i Montaż:</p> <ul style="list-style-type: none">- Kreacja: Profesjonalny zespół kreatywny odpowiedzialny za koncepcję, reżyserię i realizację.- Montaż: Montaż materiału zgodnie z zaakceptowanym scenariuszem, skuteczne przekazanie zaplanowanej narracji i informacji.- Postprodukcja: Korekcja kolorów, dźwięk, efekty specjalne i inne elementy postprodukcji, podniesienie jakości wizualnej i dźwiękowej spotów. <p>6. Akceptacja Spotów:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wstępna Akceptacja: Spoty muszą uzyskać wstępną akceptację Zamawiającego przed finalną postprodukcją, zapewnienie zgodności z oczekiwaniami Zamawiającego.- Końcowa Akceptacja: Ostateczna wersja spotów musi zostać zaakceptowana przez Zamawiającego przed emisją, gwarancja pełnej satysfakcji Zamawiającego. <p>7. Emisja Spotów:</p> <ul style="list-style-type: none">- Zasięg Emisji: Emisja na antenie stacji telewizyjnych o zasięgu całego województwa, dotarcie do szerokiej grupy odbiorców.- Liczba Emisji: Co najmniej 30 emisji każdego spotu w godzinach między 6:00 a 22:00, maksymalizacja zasięgu i widoczności spotów.- Plan Emisyjny: Przedstawienie harmonogramu emisji spotów do akceptacji przez Zamawiającego, zapewnienie transparentności i koordynacji działań emisyjnych.
--	--	--	--	--	---

					<p>8. Dostosowanie do Wymogów Nadawcy:</p> <ul style="list-style-type: none">- Format Plików: Spoty muszą być dostosowane do wymogów technicznych nadawców telewizyjnych, upewnienie się, że spoty są zgodne z wymaganiami stacji telewizyjnych.- Specyfikacje Techniczne: Upewnienie się, że materiały spełniają wszystkie standardy emisyjne nadawców, gwarancja bezproblemowej emisji spotów. <p>9. Harmonogram:</p> <ul style="list-style-type: none">- Terminy: Opracowanie harmonogramu produkcji i emisji, który musi zostać zaakceptowany przez Zamawiającego, zapewnienie terminowej realizacji wszystkich etapów projektu. <p>10. Lokalizacja Zdjęciowa:</p> <ul style="list-style-type: none">- Opera Nova: Realizacja nagrań na terenie Opery Nova, wykorzystanie autentycznej lokalizacji związanej z projektem.- Zgody: Uzyskanie wszelkich niezbędnych zgód i pozwoleń na filmowanie, zapewnienie zgodności działań produkcyjnych z przepisami. <p>11. Scenografia:</p> <ul style="list-style-type: none">- Dekoracje: Przygotowanie i ustawienie scenografii zgodnie z wymaganiami scenariusza, stworzenie odpowiedniej atmosfery i kontekstu dla nagrań.- Rekwizyty: Zapewnienie wszystkich niezbędnych rekwizytów, wzbogacenie wizualne i kontekstowe spotów. <p>12. Bezpieczeństwo:</p> <ul style="list-style-type: none">- Zabezpieczenie Planów: Zapewnienie bezpieczeństwa na planie filmowym, ochrona zdrowia i bezpieczeństwa ekipy oraz sprzętu.- Ubezpieczenie: Ubezpieczenie ekipy i sprzętu. <p>13. Materiały Promocyjne do użycia w mediach społecznościowych i wydawnictwach akcydensowych - np. programach koncertów, plakatach itp:</p> <ul style="list-style-type: none">- Teasery: Produkcja krótkich teasów i zapowiedzi spotów do promocji w mediach społecznościowych, zwiększenie zainteresowania i zasięgu kampanii reklamowej.- Grafika: Opracowanie materiałów graficznych wspierających kampanię telewizyjną, ujednoczenie i wzmocnienie wizualnego przekazu kampanii. <p>14. Prawa Autorskie:</p> <ul style="list-style-type: none">- Licencje: Uzyskanie wszystkich niezbędnych licencji na muzykę, grafiki i inne materiały wykorzystywane w spotach, zapewnienie legalności i zgodności z prawem.
--	--	--	--	--	--

					<ul style="list-style-type: none"> - Prawa: Przeniesienie praw autorskich do spotów na Zamawiającego, gwarancja pełnych praw do wykorzystania spotów przez Zamawiającego. 15. Dokumentacja: <ul style="list-style-type: none"> - Raporty: Przygotowanie raportów z realizacji produkcji i emisji spotów, zapewnienie pełnej transparentności i dokumentacji procesu. - Archiwizacja: Archiwizacja wszystkich materiałów produkcyjnych i emisyjnych, bezpieczeństwo i możliwość ponownego wykorzystania materiałów w przyszłości. 16. Wsparcie Techniczne: <ul style="list-style-type: none"> - Techniczne: Zapewnienie wsparcia technicznego na każdym etapie produkcji i emisji, szybkie rozwiązywanie wszelkich problemów technicznych. - Logistyczne: Koordynacja logistyczna podczas dni zdjęciowych i emisji spotów, efektywna organizacja i realizacja działań produkcyjnych. 17. Analiza Wyników: <ul style="list-style-type: none"> - Monitoring: Monitorowanie wyników emisji spotów, ocena skuteczności kampanii i jej wpływu na odbiorców. - Raportowanie: Regularne raportowanie wyników Zamawiającemu, informowanie Zamawiającego o postępach i efektach kampanii. 18. Promocja: <ul style="list-style-type: none"> - Kampania: Organizacja kampanii promocyjnej wspierającej emisję spotów w mediach społecznościowych, zwiększenie zasięgu i efektywności kampanii telewizyjnej. - Interakcje: Angażowanie użytkowników i analiza ich reakcji, budowanie zaangażowania i społeczności wokół kampanii.
11. Bilbordy	Opracowanie i ekspozycja jednorodnych redakcyjnie i stylistycznie – spójnych z całym systemem wizualnym kampanii reklam wielkoformatowych przy znaczących drogach publicznych.	Wymagane jest harmonizowanie stylu projektów oraz ustalenie konwencji zbieżnej z pozostałymi mediami (ulotki, social media itp.) wykorzystywanymi w ramach tego Projektu	Kpl. kampanii	4	<p>Specyfikacja kampanii billboardowej dla Opery Nova</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produkcja Billboardów: <ul style="list-style-type: none"> - Powierzchnia: Wyprodukowanie billboardów o powierzchni minimum 17 metrów kwadratowych na podstawie przedstawionego projektu. - Akceptacja: Projekt musi zostać zaakceptowany przez Zamawiającego przed rozpoczęciem produkcji. 2. Publikacja: <ul style="list-style-type: none"> - Lokalizacje: Publikacja billboardów w minimum 4 lokalizacjach na terenie całego kraju, każda lokalizacja musi mieć dobową liczbę kontaktów nie mniej niż 5000.

					<ul style="list-style-type: none">- Czas Ekspozycji: Wymagany łączny minimum dwumiesięczny czas ekspozycji billboardu w każdej z lokalizacji. Termin ekspozycji uzgodniony z Zamawiającym, czas ekspozycji może być podzielony na krótsze okresy, które sumują się do czasu łącznego minimum 60 dni. <p>3. Prawa Autorskie:</p> <ul style="list-style-type: none">- Przeniesienie Praw: Wykonawca przeniesie na Zamawiającego prawa autorskie i prawa pokrewne do projektu billboardu na wszelkich polach eksploatacji, w tym:<ul style="list-style-type: none">- Utrwalanie i Zwielokrotnianie: Jakąkolwiek techniką w jakimkolwiek systemie i na jakimkolwiek nośniku (np. płyta DVD, pendrive).- Wprowadzanie do Komputera: Do sieci komputerowej i/lub multimedialnej.- Publiczne Udostępnianie: W Internecie i publiczne odtwarzanie.- Użyczenie: Materiałów.- Nadawanie: Za pomocą wizji przewodowej i bezprzewodowej.- Równoczesne i Integralne Nadawanie: Za pośrednictwem platform cyfrowych.- Zobowiązania Wykonawcy: Wykonawca zobowiązuje się, że wykonując Umowę będzie przestrzegał przepisów ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych oraz nie naruszy praw majątkowych osób trzecich, a utwory przekaze Zamawiającemu w stanie wolnym od obciążeń prawami tych osób.- Czas i Terytorium: Przeniesienie praw autorskich nie będzie ograniczone czasowo ani terytorialnie.- Format: Billboard zostanie przekazany Zamawiającemu na nośniku elektronicznym – pendrive w formacie .pdf i .jpg. <p>4. Projekt Graficzny:</p> <ul style="list-style-type: none">- Koncepcja: Stworzenie koncepcji graficznej billboardów zgodnej z wytycznymi Zamawiającego, w tym z uwzględnieniem elementów wizualnych promujących projekt oraz oznakowania Funduszy Unijnych.- Zgodność z CI: Projekt musi być zgodny z identyfikacją wizualną Opery Nova oraz wytycznymi dotyczącymi oznakowania dofinansowania z Funduszy Unijnych. <p>5. Wykonanie i Montaż:</p> <ul style="list-style-type: none">- Druk: Wykonanie druku billboardów na materiałach odpornych na warunki atmosferyczne.- Montaż: Profesjonalny montaż billboardów w wyznaczonych lokalizacjach zgodnie z harmonogramem. <p>6. Kontrola Jakości:</p>
--	--	--	--	--	---

					<ul style="list-style-type: none">- Inspekcja: Przeprowadzenie inspekcji każdej lokalizacji billboardu.- Raport: Dostarczenie Zamawiającemu raportu z inspekcji wraz z dokumentacją fotograficzną. <p>7. Ekspozycja i Monitoring:</p> <ul style="list-style-type: none">- Monitoring: Regularne monitorowanie stanu billboardów podczas trwania kampanii.- Raportowanie: Comiesięczne raportowanie Zamawiającemu o stanie ekspozycji i liczbie kontaktów w każdej lokalizacji. <p>8. Demontaż:</p> <ul style="list-style-type: none">- Termin: Demontaż billboardów po zakończeniu okresu ekspozycji, zgodnie z ustalonym harmonogramem. <p>9. Zabezpieczenie Prawne:</p> <ul style="list-style-type: none">- Umowy: Sporządzenie i podpisanie umów z właścicielami lokalizacji billboardowych.- Zgody: Uzyskanie wszystkich niezbędnych zgód i pozwoleń na publikację billboardów w wybranych lokalizacjach. <p>10. Efektywność Kampanii:</p> <ul style="list-style-type: none">- Analiza: Analiza efektywności kampanii na podstawie liczby kontaktów i innych wskaźników efektywności.- Optymalizacja: Wprowadzenie ewentualnych zmian w strategii kampanii na podstawie wyników analiz. <p>11. Dostosowanie Treści:</p> <ul style="list-style-type: none">- Język: Wszystkie treści na billboardach muszą być w języku polskim.- Treść: Treści muszą być zgodne z celami projektu oraz promować jego założenia i etapy realizacji. <p>12. Techniczne Wymagania:</p> <ul style="list-style-type: none">- Rozdzielczość: Billboardy muszą być wykonane w rozdzielczości, zapewniającej czytelność i atrakcyjność wizualną.- Materiały: Wykorzystanie materiałów odpornych na warunki atmosferyczne i zapewniających trwałość ekspozycji. <p>13. Oznakowanie Funduszy Unijnych:</p> <ul style="list-style-type: none">- Logotypy: Umieszczenie wymaganych logotypów Funduszy Unijnych zgodnie z wytycznymi.
--	--	--	--	--	--

					<p>- Wytyczne: Przestrzeganie wytycznych dotyczących oznakowania dofinansowania z Funduszy Unijnych we wszystkich materiałach reklamowych.</p> <p>14. Dokumentacja Fotograficzna: - Zdjęcia: Wykonanie profesjonalnych zdjęć każdego billboardu w lokalizacjach po montażu. - Archiwizacja: Przekazanie Zamawiającemu zdjęć w formie elektronicznej.</p> <p>15. Przekazanie Materiałów: - Format: Bilboardy przekazane Zamawiającemu na nośniku elektronicznym – pendrive w formacie .pdf i .jpg. - Dokumentacja: Przekazanie kompletnej dokumentacji związanej z produkcją i publikacją billboardów.</p>
13. Tablica pamiątkowa	W oparciu o wymogi promocji w programie FEnIKS przygotowanie i instalacja tablicy informacyjnej do promowania projektu	Opracowanie projektu, uzyskanie akceptacji, wykonanie i montaż tablicy informacyjno-promocyjnej projektu. Projekt i wykonanie zgodnie w wytycznymi dotyczącymi promocji w programie FEnIKS	szt.	1	<p>wymogi wykonania tablicy informacyjnej do promowania projektu</p> <p>1. Format i zgodność z wymogami promocji projektu: - Tablica informacyjna musi mieć format zgodny z określonymi wymogami projektu. Wymiary i kształt są określone przez wytyczne projektowe.</p> <p>2. Technika druku: - Wykonanie tablicy w technice druku solwentowego (twardy solwent), zapewniającej trwałość i odporność na warunki atmosferyczne.</p> <p>3. Podłoże: - Tablica powinna być wykonana na podłożu o podwyższonej sztywności. Preferowane opcje to: - Płyta typu sandwich (metal + żywica epoksydowa) o grubości min. 2 mm. - Blacha podwójnie ocynkowana 0,2 mm z podłożem PCV o grubości 10 mm.</p> <p>4. Zabezpieczenie UV i anti-graffiti: - Cała powierzchnia tablicy musi być laminowana folią anti-graffiti, która jednocześnie zapewni ochronę przed promieniowaniem UV, zapobiegając blaknięciu i uszkodzeniom spowodowanym przez słońce.</p> <p>5. Montaż: - Technika montażu powinna być dopasowana do warunków technicznych wskazanych przez Zamawiającego. Dostępne opcje to: - Samodzielny stelaż z zamkniętych profili kwadratowych, pomalowanych proszkowo, o wymiarach min. 45x45 mm i grubości min. 3 mm. Montaż na</p>

				<p>odpowiedniej wysokości – dolna krawędź tablicy nie niżej niż 100 cm od poziomemu gruntu.</p> <ul style="list-style-type: none">- Montaż na wskazanej ścianie zabudowań lub na wskazanym ogrodzeniu. <p>W przypadku montażu na zabytkach należy uwzględnić ograniczenia dotyczące instalacji na zewnętrznych i wewnętrznych elewacjach.</p> <p>6. Zawartość informacyjna:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tablica musi zawierać wszystkie wymagane informacje dotyczące projektu, w tym nazwę projektu, jego cel, kluczowe dane kontaktowe oraz logotypy partnerów i sponsorów. <p>7. Spełnianie wymogów symboliki i proporcji:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wszystkie elementy graficzne na tablicy, takie jak logotypy, muszą być zgodne z wymogami symboliki i zachować odpowiednie proporcje. Układ graficzny powinien być spójny z wytycznymi dotyczącymi identyfikacji wizualnej projektu.
--	--	--	--	---



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Ministerstwo Kultury
i Dziedzictwa Narodowego
