

**SPECYFIKACJA ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA**  
**na realizację zamówienia**  
**o wartości szacunkowej nie przekraczającej wyrażonej w złotych**  
**równowartości kwoty z art. 11 ust. 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień**  
**publicznych (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 1843)**

***PN/4/20***

**Kampania w Internecie promująca Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego (RPO WSL) i Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój (PO WER).**

*Zamawiający oczekuje, że Wykonawcy zapoznają się dokładnie z treścią niniejszej SIWZ. Wykonawca ponosi ryzyko niedostarczenia wszystkich wymaganych informacji i dokumentów, oraz przedłożenia oferty nieodpowiadającej wymaganiom określonym przez Zamawiającego.*

**Katowice, dnia 30 czerwca 2020 r.**

# POSTANOWIENIA

## SPECYFIKACJI ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA

### ROZDZIAŁ I

#### INFORMACJE WSTĘPNE

##### 1. Nazwa oraz adres Zamawiającego

Zamawiającym jest **Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach**

adres: **ul. Kościuszki 30, 40-048 Katowice**

tel. **+48 (32) 757 33 60**, fax: **+48 (32) 757 33 62**

strona internetowa: <http://www.wup-katowice.pl> oraz <http://wup.katowice.ibip.pl>

e-mail: [wup@wup-katowice.pl](mailto:wup@wup-katowice.pl)

NIP Województwa Śląskiego: **954-277-00-64**

godziny urzędowania: **od 7.30 do 15.30**

##### 2. Numer postępowania

Postępowanie, którego dotyczy niniejsza Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia (*zwana dalej SIWZ*) oznaczone jest znakiem **PN/4/20**. Wykonawcy we wszelkich kontaktach z Zamawiającym powinni powoływać się na powyższy znak.

##### 3. Tryb udzielenia zamówienia

Niniejsze postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego prowadzone jest w trybie **przetargu nieograniczonego**, zgodnie z ustawą z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t. j.: Dz. U. z 2019 r., poz. 1843).

##### 4. Informacje uzupełniające

4.1. Ilekroć w niniejszej SIWZ zastosowane jest pojęcie „ustawa” bez bliższego określenia o jaką ustawę chodzi, dotyczy ono ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku Prawo zamówień publicznych (t.j.: Dz. U. z 2019 r., poz. 1843).

4.2. W sprawach nienormowanych niniejszą SIWZ ma zastosowanie ustawa wraz z aktami wykonawczymi, a także:

4.2.1. ustawa z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (t.j.: Dz. U. z 2019 r., poz. 869 z późn. zm.),

- 4.2.2. ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 roku Kodeks cywilny (t. j.: Dz. U. z 2019 r., poz. 1145 z późn. zm.).
- 4.3. Postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego może zostać unieważnione jedynie w przypadkach określonych w art. 93 ustawy. O fakcie unieważnienia postępowania, Zamawiający poinformuje wszystkich Wykonawców biorących w nim udział. Zamawiający na wniosek Wykonawcy, który ubiegał się o udzielenie zamówienia, zawiadomi o wszczęciu kolejnego postępowania dotyczącego tego samego przedmiotu zamówienia lub obejmującego ten sam przedmiot zamówienia.
- 4.4. Koszty udziału w postępowaniu, a w szczególności koszty sporządzenia oferty, pokrywa Wykonawca. Zamawiający nie przewiduje zwrotu kosztów udziału w niniejszym postępowaniu – za wyjątkiem zaistnienia sytuacji opisanej w art. 93 ust. 4 ustawy.
- 4.5. Niniejszy formularz SIWZ można otrzymać nieodpłatnie na stronie internetowej Zamawiającego lub w siedzibie Zamawiającego w pokoju nr 213. **W związku z wystąpieniem stanu epidemii i Zarządzeniem Dyrektora WUP w Katowicach dot. procedur obsługi Interesantów, Wykonawca chcący osobiście uzyskać formularz w siedzibie WUP zobowiązany jest do wcześniejszego skontaktowania się z pracownikami Zespołu ds. Zamówień Publicznych pod numerem telefonu: +48 (32) 757 33 61.** Na pisemny wniosek Wykonawcy złożony w siedzibie Zamawiającego, Zamawiający prześle nieodpłatnie niniejszy formularz SIWZ za pośrednictwem operatora pocztowego.
- 4.6. Zamawiający – w uzasadnionych przypadkach – zastrzega sobie prawo zmiany i/lub uzupełnienia treści niniejszej SIWZ. Zmiana i/lub uzupełnienie SIWZ może mieć miejsce w każdym czasie, przed upływem terminu składania ofert w niniejszym postępowaniu. W przypadku wprowadzenia takiej zmiany i/lub uzupełnienia SIWZ, informacja o przedmiotowej/-ym zmianie/uzupełnieniu zostanie niezwłocznie przekazana wszystkim Wykonawcom, którym przekazano SIWZ oraz zostanie zamieszczona na stronie internetowej Zamawiającego. Zmiana ta będzie dla wszystkich Wykonawców wiążąca. Postanowienia art. 38 ust. 4a pkt 1, art. 38 ust. 4b i art. 38 ust. 6 ustawy stosuje się odpowiednio.
- 4.7. Wykonawca składając swoją ofertę w niniejszym postępowaniu akceptuje w całości i bez ograniczeń wzór umowy stanowiący Załącznik nr 4 do niniejszej SIWZ wraz ze wszystkimi zasadami jakim podporządkowane jest niniejsze postępowanie niezależnie od tego, jakie mogą być jego własne warunki świadczenia usługi, od których niniejszym odstępuje.

## ROZDZIAŁ II

### OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

#### I. KAMPANIA RPO WSL

##### 1. Prezentacja przedmiotu kampanii

Przedmiotem kampanii jest promocja możliwości oraz efektów wsparcia w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego w ramach działań wdrażanych przez WUP w Katowicach:

##### 1.1 Obszar: aktywizacja zawodowa

- wsparcie dla osób po 30 roku życia: bezpłatne szkolenia, staże i praktyki zawodowe, subsydiowane zatrudnienie, doradztwo zawodowe i pośrednictwo pracy,

##### 1.2 Obszar: wzmocnienie potencjału adaptacyjnego przedsiębiorstw i ich pracowników

- wsparcie dla firm: dofinansowanie od 50% do 80% usług rozwojowych (szkolenia i doradztwo) dla przedsiębiorstw MŚP i ich pracowników oraz osób samozatrudnionych w ramach Podmiotowego Systemu Finansowania,
- wsparcie dla przedsiębiorstw w ramach tzw. tarczy antykryzysowej finansowane z EFS w ramach projektów RPO WSL.

##### 1.3 Obszar: kształcenie ustawiczne i kompetencje kluczowe

- bezpłatne szkolenia zawodowe dla dorosłych osób z woj. śląskiego oraz
- szkolenia językowe i informatyczne dla osób pracujących, należących do grup defaworyzowanych tj. osób o niskich kwalifikacjach, 50+, mieszkańców obszarów wiejskich itp.

##### 1.4 Obszar: przedsiębiorczość i samozatrudnienie

- bezzwrotne dotacje na założenie własnej działalności gospodarczej dla mieszkańców woj. śląskiego, osób powyżej 30 roku życia.

##### 1.5 Obszar: planowanie rozwoju zawodowego

- bezpłatny test predyspozycji zawodowych dla dorosłych dostępny on-line na stronie WUP w Katowicach <https://wybierz-zawod.eu>

Decyzja o ostatecznej szczegółowej tematyce materiałów w ramach kampanii zostanie podjęta po podpisaniu umowy z Wykonawcą, na etapie opracowywania materiałów, w zależności od bieżących potrzeb informacyjnych i dostępności projektów, na które może wpłynąć wystąpienie epidemii COVID-19. Nie wpłynie to natomiast na zakres przedmiotu kampanii wynikający z poniższego opisu przedmiotu zamówienia (ilość materiałów, które Wykonawca musi opracować, takich jak artykuły, filmy wideo, reklamy itp.).

## **2. Zadania dla Wykonawcy:**

2.1 Stworzenie materiałów na potrzeby kampanii

2.2 Zaplanowanie i zakup mediów

2.3 Realizacja kampanii

2.4 Opracowanie raportu pokampanijnego.

## **3. Grupa docelowa kampanii:**

3.1 **Obszar: aktywizacja zawodowa** - mieszkańcy woj. śląskiego, osoby od 30 do 65 roku życia, w tym:

- **osoby bezrobotne, bierne zawodowo**, zwłaszcza te znajdujące się w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy, tj.:
  - kobiety,
  - osoby powyżej 50 roku życia,
  - osoby niepełnosprawne,
  - osoby długotrwale bezrobotne,
  - osoby o niskich kwalifikacjach (z wykształceniem maksymalnie średnim),
- reemigranci – do tej grupy zaliczani są również repatrianci,
- imigranci (w tym osoby polskiego pochodzenia),
- osoby ubogie pracujące (tj. osoby, których zarobki nie przekraczają płacy minimalnej),
- osoby odchodzące z rolnictwa i ich rodziny (osoby podlegające ubezpieczeniu emerytalno-rentowemu na podstawie ustawy z dnia 20 grudnia 1990 r. o ubezpieczeniu społecznym rolników (KRUS), zamierzający podjąć zatrudnienie lub inną działalność pozarolniczą,

- osoby zatrudnione na umowach krótkoterminowych oraz pracujący w ramach umów cywilnoprawnych, których miesięczne zarobki nie przekraczają wysokości minimalnego wynagrodzenia,
- osoby zainteresowane podwyższaniem swoich kwalifikacji.

**3.2 Obszar: wzmocnienie potencjału adaptacyjnego przedsiębiorstw i ich pracowników** - mieszkańcy woj. śląskiego, właściciele i kadra zarządzająca mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, pracownicy w/w przedsiębiorstw oraz osoby samozatrudnione.

**3.3 Obszar: kształcenie ustawiczne i kompetencje kluczowe** – mieszkańcy woj. śląskiego, osoby zatrudnione i nieaktywne zawodowo w wieku 18-65 lat, w szczególności o niskich kwalifikacjach, zainteresowane podwyższeniem swoich kwalifikacji.

**3.4 Obszar: przedsiębiorczość i samozatrudnienie** - mieszkańcy woj. śląskiego, osoby powyżej 30 roku życia (od dnia 30 urodzin) zainteresowane założeniem własnej działalności gospodarczej, w tym:

a) osoby bezrobotne, biernie zawodowo, zwłaszcza te znajdujące się w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy, tj.:

- osoby w wieku 50 lat i więcej;
- kobiety;
- osoby z niepełnosprawnościami;
- osoby długotrwale bezrobotne;
- osoby o niskich kwalifikacjach.

b) pozostałe grupy:

- reemigranci – do tej grupy zaliczani są również repatrianci;
- imigranci (w tym osoby polskiego pochodzenia);
- osoby ubogie pracujące;
- osoby odchodzące z rolnictwa i ich rodziny, zamierzające podjąć zatrudnienie lub inną działalność pozarolniczą;
- osoby zatrudnione na umowach krótkoterminowych oraz pracujący w ramach umów cywilnoprawnych, których miesięczne zarobki nie przekraczają wysokości minimalnego wynagrodzenia.

**3.5 Obszar: planowanie rozwoju zawodowego** - mieszkańcy woj. śląskiego, osoby w wieku 18-65 lat, zainteresowane diagnozą predyspozycji zawodowych.

#### **4. Zasięg kampanii:**

Kampania o zasięgu regionalnym – na obszarze województwa śląskiego.

## 5. Cele kampanii:

### 5.1 Cele główne:

- informowanie o dostępnych możliwościach wsparcia w ramach RPO WSL,
- edukacja oraz przygotowanie do korzystania z w/w możliwości,
- zachęta do udziału w projektach finansowanych z EFS poprzez pokazanie przykładów zrealizowanych projektów i/lub osób, które już skorzystały ze wsparcia,
- promocja efektów działania Funduszy Europejskich w regionie,
- promocja serwisu WUP w Katowicach tj. [rpo.wup-katowice.pl](http://rpo.wup-katowice.pl) oraz zwiększenie liczby odwiedzin,
- promocja nowej strony internetowej WUP z aplikacją testu predyspozycji zawodowych on-line <https://wybierz-zawod.eu> i zwiększenie liczby odwiedzin,
- promocja fanpage'a WUP w Katowicach <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>, zwiększenie liczby odwiedzin oraz poszerzenie społeczności poprzez większą liczbę polubień.

### 5.2 Cele dodatkowe:

- popularyzacja idei kształcenia ustawicznego i potrzeby rozwoju zawodowego,
- popularyzacja idei aktywnego poszukiwania pracy,
- popularyzacja idei samozatrudnienia i przedsiębiorczości.

## 6. Termin kampanii:

Kampania będzie realizowana **min. 5 tygodni** w okresie od **września do listopada br.** Szczegółowy harmonogram działań i konkretny czas ich trwania w ramach kampanii zostanie ustalony między Wykonawcą a Zamawiającym w terminie 5 dni roboczych od podpisania umowy. Szczegółowy harmonogram może ulec zmianie za zgodą Zamawiającego ze względu np. na konieczność dostosowania emisji do terminów naborów do projektów czy dostępność osób zaangażowanych do działań promocyjnych.

Dodatkowo działanie opisane w **pkt 10.5 oraz 11.3** będzie realizowane w trybie ciągłym: od dnia zasilenia przez Wykonawcę konta reklamowego na Facebooku środkami finansowymi zgodnie z pkt. 11.3, najpóźniej do **11 grudnia 2020 r.** Termin dostarczenia raportu z kampanii: **najpóźniej do 18 grudnia 2020 r.**

## **7. Spójność:**

Wykonawca zobowiązany jest w ramach realizacji umowy do zachowania spójnej koncepcji kreatywnej dla zaplanowanych w ramach kampanii działań. Komunikaty w poszczególnych mediach powinny się wzajemnie uzupełniać i wspierać, tak aby dawały efekt synergii.

## **8. Elementy obowiązkowe:**

Wszystkie produkty kampanii muszą zostać odpowiednio oznakowane zgodnie z „Księgą identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020”, zgodnie z zasadami wskazanymi w „Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020” oraz w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji” – muszą zawierać zestaw logotypów. Wzory obowiązujących logotypów przekaże Wykonawcy Zamawiający w terminie do 2 dni roboczych od podpisania umowy.

## **9. Prawa autorskie:**

W sytuacjach, gdzie jest to możliwe, zdjęcia i grafiki, które zostaną wykorzystane w kampanii, powinny być autorskie. W uzasadnionych przypadkach (np. brak możliwości wykonania zdjęcia autorskiego, brak zgody bohatera kampanii na udostępnienie wizerunku) Zamawiający dopuszcza wykorzystanie zdjęć, grafik z banku – jednak po wcześniejszej zgodzie Zamawiającego. Zamawiający dopuszcza także wykorzystanie podkładów muzycznych z banku muzyki. Wszystkie teksty powinny być natomiast autorskie, stworzone specjalnie na potrzeby tej kampanii.

Wykonawca oświadcza, że przysługują mu wyłączne prawa autorskie do utworów powstałych w związku z wykonywaniem umowy, bez ograniczeń co do terytorium, czasu, liczby egzemplarzy i że przenosi te autorskie prawa majątkowe na Zamawiającego nieodpłatnie, z chwilą doręczenia przedmiotu umowy, na następujących polach eksploatacji:

- a) emitowanie w Internecie,
- b) utrwalanie i zwielokrotnianie dowolną techniką,
- c) rozpowszechnianie w dowolny sposób – w szczególności wyświetlanie, nadawanie,
- d) publiczne udostępnianie,
- e) wprowadzanie do pamięci komputera i sieci multimedialnych w nieograniczonych ilościach.



W przypadku takiej konieczności, Wykonawca we własnym zakresie zapewni zgody na wykorzystanie wizerunku bohaterów kampanii (np. artykułów sponsorowanych) oraz autoryzację ich wypowiedzi/wywiadów.

## **10. Narzędzia kampanii:**

**10.1** Content marketing – artykuły sponsorowane.

**10.2** Kampania linków sponsorowanych w sieci wyszukiwania.

**10.3** Mailing promocyjny

**10.4** Reklama wideo

**10.5** Reklama w mediach społecznościowych promująca oficjalny fanpage Zamawiającego <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>

Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania reklam w formatach dostosowanych do urządzeń mobilnych oraz zaplanowania i zrealizowania **min. 50%** działań w kanale mobile.

## **11. Szczegółowe założenia realizacji działań:**

### **11.1 Content marketing:**

- **opracowanie treści i publikacja 4 artykułów** zachęcających do skorzystania ze wsparcia w ramach RPO WSL w oparciu o przykłady dobrych praktyk, tj. zrealizowanych projektów i osób/firm, które skorzystały ze wsparcia EFS. Artykuły o długości min. 2 800 max. 3 800 znaków ze spacjami. Publikacja na co najmniej jednym z największych serwisów/portali publicystyczno-informacyjnych (targetowanie na woj. śląskie), których liczba internautów wynosi minimum 18 mln (na podstawie zestawienia „TOP 20 wydawców (właściciele witryn i programów internetowych), z których korzysta najwięcej internautów – wszystkie urządzenia” w ramach badania Gemius PBI za kwiecień 2020) w działach tematycznie dopasowanych do treści artykułów (np. wiadomości, biznes, finanse, praca, edukacja, rozwój zawodowy i osobisty itp.). **Wykonawca opracuje treść artykułów w oparciu o przykłady dobrych praktyk (tj. zapewni wypowiedzi/wywiady z przedstawicielami beneficjentów i/lub osób, które skorzystały ze wsparcia EFS w ramach RPO WSL).** Do zadań Wykonawcy należy oprawa graficzna (w tym zdjęcia i/lub grafiki) i przygotowanie artykułów tak, by spełniały wymagania właścicieli portali. Zamawiający wymaga, by artykuły były stworzone z dbałością o formę i różnorodność środków wyrazu. Teksty mają być uzupełnione ciekawymi zdjęciami, infografikami czy informacjami przedstawionymi w wyróżniający się sposób, by przykuć uwagę czytelnika i zadbać o prostotę przekazu (np. infografika ułatwiająca zrozumienie procedur

zamiast tekstu). Zamawiający wymaga, by Wykonawca przy wyborze zdjęć/grafik co do zasady korzystał z płatnych baz zdjęć/grafik (wyjątkowo po akceptacji Zamawiającego mogą zostać użyte zdjęcia/grafiki darmowe). Zamawiający wymaga uwzględnienia zdjęcia osoby przedstawianej w publikacji (przedstawiciela lub uczestnika projektu), chyba, że dana osoba nie wyrazi zgody na publikację wizerunku.

### **Harmonogram działań:**

- Zamawiający przekaze Wykonawcy w terminie 2 dni roboczych od podpisania umowy materiały źródłowe na temat promowanych form wsparcia i grup docelowych opisanych w pkt. 1 i 3, wzory logotypów, listę projektów do wykorzystania w kampanii oraz listę firm, które wcześniej wyraziły zgodę na udział w działaniach promocyjnych WUP w Katowicach. Pozyskanie do współpracy konkretnych beneficjentów/osób korzystających z projektów leży po stronie Wykonawcy.
- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego w terminie 5 dni roboczych od podpisania umowy szczegółowy harmonogram obejmujący konkretne terminy prac nad artykułami,
- Wykonawca przedstawi do akceptacji serwis/serwisy internetowe, na których będą publikowane artykuły oraz harmonogram ich publikacji;
- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego listę konkretnych beneficjentów/osób korzystających z projektów wybranych do opisanie w artykułach,
- Wykonawca będzie przekazywał sukcesywnie do akceptacji Zamawiającego opracowane merytorycznie artykuły. Po akceptacji treści każdy artykuł zostanie opracowany graficznie i przekazany do akceptacji Zamawiającego,
- Zamawiający na każdym etapie prac akceptuje lub nanosi poprawki przekazanych materiałów w terminie **3 dni roboczych**,
- Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie **2 dni roboczych** od dnia ich przekazania,
- Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że artykuły zostaną przygotowane do publikacji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do **25 dni roboczych** od podpisania umowy.

Artykuły mogą być emitowane jednocześnie na serwisach internetowych.

**Wymagane wskaźniki: każdy z 4 artykułów powinien mieć min. 1 000 unikalnych użytkowników.** W celu osiągnięcia wskaźników Wykonawca powinien założyć autopromocję artykułów w obrębie serwisów, na których będą publikowane artykuły. Ewentualne zmiany terminów mogą nastąpić wyłącznie za zgodą Zamawiającego i muszą wynikać z przyczyn obiektywnych (np.

problemy techniczne na portalach, nie leżące po stronie Wykonawcy). Ewentualne zmiany terminów nie mogą wpływać na ostateczny termin realizacji usługi i osiągnięcie wskaźników.

## 11.2 Kampania linków sponsorowanych

Przeprowadzenie kampanii za pośrednictwem reklam tekstowych w wynikach wyszukiwania wyszukiwarki indeksującej największą liczbę stron ze światowych zasobów Internetu z uwzględnieniem geotargetowania na obszar województwa śląskiego.

Na etapie realizacji Wykonawca przedstawi Zamawiającemu listę słów i fraz kluczowych (najpierw: 30; wzrost w trakcie trwania kampanii i docelowo: minimum 75 słów i fraz) zweryfikowanych uprzednio, którą Wykonawca zobowiązany jest odpowiednio pogrupować w co najmniej 5 grup odpowiadających obszarom i grupom wsparcia opisanym w pkt 1 i 3. Dla każdej z grup słów i fraz kluczowych Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania dwóch odrębnych treści reklam tekstowych w okresie trwania kampanii (5 grup tj. 10 treści reklam).

Treści przygotowanych reklam muszą mieć charakter informacyjny, promocyjny i angażujący potencjalnych odbiorców. Zamawiający zakłada, że reklama emitowana będzie minimum 3 tygodnie.

Wykonawca zobowiązany jest do bieżącej optymalizacji działań, tj. wykluczania nieefektywnych słów kluczowych, dodawania nowych fraz, testowania stawek za kliknięcie – CPC (ang. Cost per Click), testowania różnych przekazów reklamowych, testowania harmonogramu reklam.

### **Harmonogram działań:**

- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego listę zweryfikowanych słów i fraz kluczowych, pogrupowanych w co najmniej 5 grup odpowiadających obszarom i grupom wsparcia opisanym w pkt 1 i 3;
- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego planowany termin kampanii linków sponsorowanych, tak by nie pokrywał się z terminem kampanii linków sponsorowanych promującej PO WER (dotyczy reklam przekierowujących na stronę [rpo.wup-katowice.pl](http://rpo.wup-katowice.pl));
- Wykonawca przekaże do akceptacji Zamawiającemu proponowane treści reklam;
- Wykonawca opracuje graficznie zaakceptowane treści reklam i przedstawi do akceptacji Zamawiającego;
- Zamawiający na każdym etapie prac akceptuje lub nanosi poprawki przekazanych materiałów w terminie **3 dni roboczych**,
- Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie **2 dni roboczych** od dnia ich przekazania.

Szczegółowy harmonogram obejmujący konkretne terminy zostanie opracowany przez Wykonawcę i przedstawiony do akceptacji Zamawiającego w terminie **5 dni roboczych** od podpisania umowy. Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że reklamy zostaną przygotowane do publikacji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do **20 dni roboczych** od podpisania umowy. Ewentualne zmiany terminów mogą nastąpić wyłącznie za zgodą Zamawiającego i muszą wynikać z przyczyn obiektywnych (np. problemy techniczne nie leżące po stronie Wykonawcy). Ewentualne zmiany terminów nie mogą wpływać na ostateczny termin realizacji usługi i osiągnięcie wskaźników.

### **Wymagane wskaźniki:**

Minimalna ilość kliknięć unikalnych użytkowników w reklamy w ramach każdej z **5 grup tematycznych** to: **1 000**, maksymalna to: **1500**. **Łącznie**, w ramach całej kampanii linków sponsorowanych, minimum kliknięć w reklamy to: **5 000**, a maksimum: **7 500** (minimum będzie większe, o ile Wykonawca zaproponuje większą liczbę w ofercie).

Osiem (8) reklam, w ramach 4 grup tematycznych, będzie kierowało ruch do strony <https://rpo.wup-katowice.pl>.

Minimalny wymagany wskaźnik kliknięć w reklamy kierujące na stronę <https://rpo.wup-katowice.pl> **łącznie**, w ramach całej kampanii, określa się na: minimum 4 000, maksymalnie 6 000 kliknięć.

Dwie (2) reklamy, w ramach jednej grupy tematycznej, będą kierowały ruch do strony <https://wybierz-zawod.eu>.

Minimalny wymagany wskaźnik kliknięć w reklamy kierujące na stronę <https://wybierz-zawod.eu> **łącznie**, w ramach całej kampanii, określa się na: minimum 1 000, maksymalnie 1 500 kliknięć.

### **11.3 Reklama w mediach społecznościowych**

- Działanie w postaci publikacji reklam oraz postów sponsorowanych (zwanymi dalej reklamą) promujących treści dotyczące RPO WSL oraz stronę [wybierz-zawod.eu](https://wybierz-zawod.eu) w ramach oficjalnego profilu WUP w Katowicach na Facebooku <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>.
- Działania będą ukierunkowane na zwiększenie ruchu na witrynach [rpo.wup-katowice.pl](https://rpo.wup-katowice.pl) oraz <https://wybierz-zawod.eu>, a także zwiększanie zasięgu postów utworzonych na profilu <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy> dotyczących RPO WSL.

- Wykonawca zobowiązany jest przeznaczyć na zakup ww. reklam kwotę w wysokości 10.000,00 zł brutto. W celu realizacji tego działania w ramach kampanii Wykonawca utworzy Menadżera firmy na Facebooku (którego będzie administratorem) oraz aktywuje konto reklamowe kampanii, które zostanie zasilone kwotą w wysokości 10.000,00 zł brutto w terminie 7 dni roboczych od podpisania umowy.
- Wykonawca przekaże Zamawiającemu (administratorowi/om <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>) – jako partnerowi, dostęp do Menadżera firmy oraz konta reklamowego niezwłocznie po ich utworzeniu i aktywacji.
- Zamawiający we własnym zakresie dokona publikacji reklam oraz odpowiednich ustawień (budżet reklamy, czas trwania, cel, grupa docelowa itd.).
- W ramach działania Wykonawca dokona wyboru formy działania płatnego (reklama/post) oraz opracuje zawartość **10 reklam** w postaci tekstów oraz grafik/zdjęć lub tekstów i materiałów wideo (materiały wideo będą obejmowały filmy zapewnione przez Zamawiającego oraz wyprodukowane w ramach niniejszej kampanii opisane w pkt. 11.5) - zgodnie z informacjami przekazanymi przez Zamawiającego
- Przekazany na konto reklamowe budżet może zostać wykorzystany także na promocję postów dotyczących RPO WSL opracowanych samodzielnie przez Zamawiającego, nie tylko na ww. 10 reklam opracowanych przez Wykonawcę.
- Wykonawca podczas tworzenia reklam zobowiązany jest korzystać z płatnych baz zdjęć/grafik, przy czym Zamawiający dopuszcza wyjątkowo użycie także darmowych zdjęć/grafik.
- Projekt zawartości każdej reklamy będzie wymagał akceptacji Zamawiającego. Zamawiający dokona akceptacji lub poprawek w terminie 2 dni roboczych.
- Zlecenie dotyczące przygotowania konkretnej reklamy Zamawiający będzie wysyłał minimum 3 dni robocze przed planowanym dniem publikacji. Za zgodą obu stron istnieje możliwość skrócenia czasu realizacji zlecenia do min. 1 dnia roboczego.
- Zamawiający, po akceptacji danego projektu reklamy, we własnym zakresie dokona publikacji oraz odpowiednich ustawień (budżet reklamy, czas trwania, cel itd.).
- Zamawiający obliguje się wykorzystać kwotę w wysokości 10.000,00 zł brutto na ww. reklamę na Facebooku w terminie najpóźniej do 11 grudnia br. ze względu na konieczność rozliczenia usługi,
- Wykonawca zapewni **łącznie** w okresie realizacji usługi min. 3 godziny zegarowe wsparcia doradczego dla pracowników WUP w zakresie efektywnej reklamy na Facebooku. Doradztwo w formie telefonicznej lub mailowej w godzinach pracy WUP w Katowicach.

## 11.4 Mailing reklamowy

- Wykonawca zrealizuje wysyłkę wiadomości reklamowych do użytkowników (z woj. śląskiego) bezpłatnych kont pocztowych stanowiących części co najmniej jednego z największych ogólnopolskich horyzontalnych portali publicystyczno-informacyjnych. Z danego portalu musi korzystać co najmniej 18 mln internautów (na podstawie zestawienia „TOP 20 wydawców (właściciele witryn i programów internetowych), z których korzysta najwięcej internautów – wszystkie urządzenia” w ramach badania Gemius PBI za kwiecień 2020) - którzy wyrazili zgodę na otrzymywanie tego typu reklam.
- Wysyłka musi być geotargetowana na województwo śląskie (rozpoznane adresy IP komputerów użytkowników kont) oraz grupę docelową.
- Parametry techniczne wiadomości mailowych: wielkość minimum 40 kB - maksimum 60 kB. Nośnik wykonany w technologii html, szerokość maksymalnie 600 pikseli.
- Wykonawca opracuje treść oraz projekty graficzne dla 5 różnych maili reklamowych adekwatnie do obszarów wsparcia i grup docelowych wymienionych w pkt 1 i 3.
- Mail reklamowy w ramach jednego tematu może być dostarczony podczas kampanii tylko raz do danego konta e-mailowego,
- Kliknięcie na „odnośnik w liście” musi powodować automatyczne przekierowanie użytkownika na tematyczną podstronę internetową podaną podczas realizacji zamówienia. 4 z 5 różnych treściowo maili będą kierowały na właściwą podstronę <https://rpo.wup-katowice.pl>, natomiast 1 będzie kierował na stronę <https://wybierz-zawod.eu>.
- W przypadku wysyłki maili w ramach więcej niż jednego portalu wysyłka zbliżona czasowo we wszystkich portalach.
- Wykonanie projektu graficznego, koszt wszystkich materiałów źródłowych (w tym pozyskania zdjęć i grafik), muszą być uwzględnione w cenie usługi – projekty graficzne przedstawione do akceptacji przez Zamawiającego,
- Wykonawca odpowiada za wysyłkę maili reklamowych z zachowaniem przepisów 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 (ogólne rozporządzenie o ochronie danych).

### Harmonogram działań:

- Wykonawca przekaze do akceptacji Zamawiającego propozycje portalu/portali horyzontalnych oraz harmonogram wysyłki maili,

- Wykonawca opracuje do wyboru 2 różne propozycje szablonów (wzorów) graficznych maili reklamowych. Zamawiający dokona poprawek lub zaakceptuje jeden szablon w terminie 3 dni roboczych od ich przesłania,
- Na podstawie wybranego szablonu Wykonawca opracuje konkretne treści i projekty graficzne 5 maili reklamowych oraz przekaże je do akceptacji Zamawiającego,
- Zamawiający na każdym etapie prac zaakceptuje przekazane materiały lub naniesie poprawki w terminie **3 dni roboczych** od ich otrzymania. W przypadku uwag do zaproponowanych w projektach zdjęć/grafik w celu dokonania wyboru przez Zamawiającego, Wykonawca zapewni Zamawiającemu na potrzeby realizacji tego działania dostęp do bazy zdjęć/grafik, z której korzysta.
- Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie **2 dni roboczych** od dnia ich przekazania.

Szczegółowy harmonogram obejmujący konkretne terminy zostanie opracowany przez Wykonawcę i przedstawiony do akceptacji Zamawiającego w terminie **5 dni roboczych** od podpisania umowy. Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że reklamy zostaną przygotowane do publikacji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do **20 dni roboczych** od podpisania umowy. Ewentualne zmiany terminów mogą nastąpić wyłącznie za zgodą Zamawiającego i muszą wynikać z przyczyn obiektywnych (np. problemy techniczne na portalach, nie leżące po stronie Wykonawcy). Ewentualne zmiany terminów nie mogą wpływać na ostateczny termin realizacji usługi i osiągnięcie wskaźników.

**Wymagane wskaźniki:** rozliczenie CPC (cost per click) za liczbę maili reklamowych, które zostały kliknięte przez unikalnych użytkowników i nastąpiło przekierowanie do strony docelowej.

Minimalna liczba klikniętych maili (przekierowujących na stronę internetową) **w ramach każdego z 5 tematów: minimum 100 - maksimum 150.**

Minimalna liczba klikniętych maili (przekierowujących na stronę internetową) **łącznie w ramach całej kampanii: minimum 500 - maksimum 750.**

Odbiorcy (konta e-mail) nie mogą się powtarzać w ramach poszczególnych tematów mailingu.

Wymagana łączna liczba przekierowań na strony docelowe: minimum **500 (w tym minimum 400 na stronę rpo-katowice.pl i minimum 100 na stronę wybierz-zawod.eu) – maksymalnie 750 (w tym maksymalnie 600 na stronę rpo-katowice.pl i maksymalnie 150 na stronę wybierz-**

**zawod.eu**). W przypadku wysyłki maili w ramach więcej niż jednego portalu: wysyłka w proporcjonalnych ilościach w każdym z wybranych portali.

### 11.5 Produkcja filmów wideo

Wykonawca przygotowuje oraz wyprodukuje **5 filmów wideo** do emisji w mediach społecznościowych o **długości min. 1 minuty maks. 1 min. 30 sek.** o tematyce zgodnej z obszarami opisanymi w pkt. 1.1 – 1.5 opisu przedmiotu zamówienia.

- filmy animowane z użyciem lektora (teksty i animowane grafiki/infografiki 2D) w formie dedykowanych animacji typu whiteboard animation, opracowane przez grafików i rysowników, w których obraz powstaje na oczach widza wraz z odpowiednią narracją lektora.
- cel i wstępna koncepcja: filmiki zachęcające do skorzystania z możliwości projektów EFS (np. dotacji, szkoleń) w ramach działań RPO WSL wdrażanych przez WUP oraz edukujące, jak to zrobić. Zachęta poprzez np. pokazanie efektów zrealizowanych już projektów (np. statystyki ile osób skorzystało dotychczas z danej formy wsparcia i/lub animowanej historii sukcesu osoby, która skorzystała ze wsparcia). Jeden z filmików będzie zachęcał do planowania rozwoju zawodowego i wykonania testu predyspozycji zawodowych na stronie wybierz-zawod.eu. Szczegółowa koncepcja zostanie wypracowana na etapie prac nad scenariuszem i storyboardem.
- Wykonawca przedstawi wstępne scenariusze i storyboardy filmów wideo do akceptacji Zamawiającego. Scenariusze muszą uwzględniać fakt, że mają to być filmy do odtwarzania w Internecie, więc przekaz i treści zawarte w nich muszą być przyjemne i łatwe w odbiorze, angażujące widza i zachęcające do udostępniania w mediach społecznościowych.
- Wykonawca zapewni doświadczony personel (rysowników i grafików), profesjonalny sprzęt do realizacji filmów (specjalistyczne oprogramowanie), optymalną jakość materiału wideo dostosowaną do emisji w mediach społecznościowych (rozdzielczość, jakość Full HD), jak również montaż i udźwiękowanie.
- Wykonawca zapewni oprawę muzyczną materiałów wideo i przedstawi Zamawiającemu co najmniej 5 różnych podkładów do wyboru.
- Wykonawca zapewni lektora i przedstawi Zamawiającemu co najmniej 15 różnych głosów do wyboru. Ilość użytych lektorów (nie więcej niż 5) będzie zależała od zaakceptowanego scenariusza (czy np. historie będą opowiadane przez bohaterów w pierwszej osobie czy w trzeciej).
- Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania dla każdego z powstałych filmów napisów przedstawiających tekstową wersję tego, co słychać na wideo, tj. wypowiedzi oraz informacje



niezbędne do zrozumienia treści. Tekst musi być czytelny, o odpowiednim kontraście i czasie wyświetlania zgodnie z zasadą dostępności cyfrowej.

- Wykonawca zapewni do realizacji filmików tłumacza języka migowego (postać tłumacza umiejscowiona tak, aby nie przysłaniał zasadniczej treści, grafiki). Tłumacz posługujący się Polskim Językiem Migowym musi posiadać certyfikat tłumacza języka migowego wydany przez Polski Związek Głuchych na poziomie minimum T2,
- Wykonawca przekaże Zamawiającemu filmy wideo w postaci plików źródłowych Full HD oraz w formatach i wielkościach właściwych do umieszczenia na stronach internetowych, w mediach społecznościowych (m.in. You Tube, Facebook), do zgrania na pendrivie lub innym nośniku ustalonym z Zamawiającym. Formaty i wielkości do uzgodnienia z Zamawiającym na etapie realizacji usługi.

**Harmonogram działań związanych z produkcją wideo** będzie obejmował następujące etapy:

- Wykonawca prześle Zamawiającemu brief z pytaniami niezbędnymi do ustalenia szczegółowej koncepcji, scenariuszy i storyboardów,
- Zamawiający przygotuje odpowiedź na brief,
- Wykonawca przedstawi propozycje scenariuszy filmów i propozycje grafik (storyboardy),
- Zamawiający dokona akceptacji lub naniesie poprawki.
- Po ustaleniu ostatecznych scenariuszy i storyboardów Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego zmontowany materiał,
- Zamawiający dokona wyboru lektora/lektorów i podkładu/ów muzycznego/yh.
- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego ostatecznie zmontowany materiał z podkładem muzycznym, głosem lektora, napisami oraz tłumaczem języka migowego,
- Zamawiający dokona akceptacji lub naniesie poprawki,
- Zamawiający na każdym etapie prac zaakceptuje przekazane materiały, naniesie poprawki lub udzieli odpowiedzi w terminie **3 dni roboczych** od ich otrzymania,
- Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie **2 dni roboczych** od dnia ich przekazania,
- Szczegółowy harmonogram obejmujący konkretne terminy zostanie opracowany przez Wykonawcę i przedstawiony do akceptacji Zamawiającego w terminie **5 dni roboczych** od podpisania umowy. Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że filmy zostaną przygotowane do emisji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do **35 dni roboczych** od podpisania umowy,

- Harmonogram za zgodą Zamawiającego może ulec zmianie z przyczyn obiektywnych. Termin realizacji filmików może zostać wydłużony za zgodą Zamawiającego pod warunkiem zachowania terminu realizacji całości usługi i zapewnienia osiągnięcia przez Wykonawcę zadeklarowanych wskaźników.

## **11.6 Reklama wideo:**

W ramach kampanii przewiduje się emisję ww. 5 filmów wideo, w tym:

- emisja **5 filmów o długości min. 1 minuty maks. 1 minuty 30 sek.** w obrębie kanału wideo na serwisie społecznościowym (kanał You Tube Praca TV na którym Zamawiający posiada konto), z uwzględnieniem geotargetowania na województwo śląskie, przez cały okres trwania kampanii. Dla każdego z filmów wymagane jest uzyskanie min. 5 000 max. 7 500 obejrzeń o długości min. 20% czasu trwania danego filmu (minimum ilości obejrzeń będzie większe, o ile Wykonawca zaproponuje większą liczbę w ofercie).

## **12. Raport podsumowujący**

Wykonawca jest zobowiązany na bieżąco kontrolować realizację wskaźników kampanii realizowanej w internecie oraz optymalizować ją w celu osiągnięcia parametrów.

Po zrealizowaniu całej kampanii, najpóźniej do **18 grudnia 2020 r.** Wykonawca przekaże Zamawiającemu raport z adserwera w formie elektronicznej i papierowej (ewentualnie skan dokumentu z podpisem Wykonawcy) obejmujący dane nt. skuteczności i efektywności dla wszystkich przeprowadzonych działań, w tym dane nt. deklarowanych i zrealizowanych wskaźników dla wszystkich działań. Strona [rpo.wup-katowice.pl](http://rpo.wup-katowice.pl) i [wybierz-zawod.eu](http://wybierz-zawod.eu) – wymagany jest kompletny raport Google Analytics (liczba wejść i odsłon, liczba realnych i unikalnych użytkowników, średni czas spędzony w witrynie, analiza źródeł ruchu, rekomendacje).

## **II. Kampania PO WER**

### **1. Prezentacja przedmiotu kampanii**

**Przedmiotem kampanii są możliwości oraz efekty wsparcia w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój w ramach działań wdrażanych przez WUP w Katowicach**

- wsparcie dla osób do 29 roku życia w postaci m.in. bezpłatnych szkoleń, staży i praktyk zawodowych, pośrednictwa pracy, poradnictwa zawodowego, dotacji na założenie własnej firmy, subsydiowanego zatrudnienia,
- możliwość planowania **rozwoju zawodowego** z użyciem bezpłatnego testu predyspozycji zawodowych dla dorosłych dostępnego on-line na stronie WUP w Katowicach <https://wybierz-zawod.eu>,
- wsparcie dla przedsiębiorców w ramach tzw. tarczy antykryzysowej finansowane z EFS w ramach projektów PO WER.
- Decyzja o ostatecznej szczegółowej tematyce materiałów w ramach kampanii zostanie podjęta po podpisaniu umowy z Wykonawcą na etapie opracowywania materiałów, w zależności od bieżących potrzeb informacyjnych i dostępności projektów, na które może wpłynąć wystąpienie epidemii COVID-19. Nie wpłynie to natomiast na zakres przedmiotu kampanii wynikający z poniższego opisu przedmiotu zamówienia (ilość materiałów, które Wykonawca musi opracować, takich jak artykuły, filmy wideo, reklamy itp.).

## 2. Zadania dla Wykonawcy:

- 2.1 Stworzenie materiałów na potrzeby kampanii
- 2.2 Zaplanowanie i zakup mediów
- 2.3 Realizacja kampanii
- 2.4 Opracowanie raportu pokampanijnego.

## 3. Grupa docelowa kampanii:

### *Opis programowy:*

- **osoby w wieku od 18 do 29 roku życia**, nieaktywne zawodowo, nie uczące się i nie biorące udziału w szkoleniach, tzw. młodzież NEET - ang. *not in employment, education or training*,
- **osoby w wieku od 18 do 29 roku życia**, w tym:
  - reemigranci – do tej grupy zaliczani są również repatrianci,
  - imigranci (w tym osoby polskiego pochodzenia),
  - osoby ubogie pracujące (tj. osoby, których zarobki nie przekraczają płacy minimalnej),
  - osoby odchodzące z rolnictwa i ich rodziny (osoby podlegające ubezpieczeniu emerytalno-rentowemu na podstawie ustawy z dnia 20 grudnia 1990 r. o ubezpieczeniu społecznym rolników (KRUS), zamierzający podjąć zatrudnienie lub inną działalność pozarolniczą,

- osoby zatrudnione na umowach krótkoterminowych oraz pracujący w ramach umów cywilnoprawnych, których miesięczne zarobki nie przekraczają wysokości minimalnego wynagrodzenia

- **przedsiębiorcy z woj. śląskiego do 29 roku życia.**

#### ***Opis mediowy:***

- **mieszkańcy woj. śląskiego, osoby w wieku od 18 do 29 roku życia,** w szczególności:
  - osoby zainteresowane podwyższaniem swoich kwalifikacji,
  - osoby zainteresowane założeniem własnej firmy,
  - osoby poszukujące ofert pracy i informacji na temat rynku pracy,
  - absolwenci szkół wyższych, ale także osoby o niskim wykształceniu,
  - osoby nieaktywne zawodowo, ale także pracujące, o niskich dochodach (minimalne wynagrodzenie).
  - osoby zainteresowane planowaniem rozwoju zawodowego i diagnozą predyspozycji zawodowych,
  - przedsiębiorcy do 29 roku życia korzystający ze wsparcia EFS w ramach PO WER na podstawie przepisów o tarczy antykryzysowej w związku z wystąpieniem COVID 19.

#### **4. Zasięg kampanii:**

Kampania o zasięgu regionalnym – na obszarze województwa śląskiego.

#### **5. Cele kampanii:**

##### Cele główne:

- informowanie o dostępnych możliwościach wsparcia w ramach PO WER,
- edukacja oraz przygotowanie do korzystania z w/w możliwości,
- zachęta do udziału w projektach finansowanych z EFS poprzez pokazanie przykładów zrealizowanych projektów i/lub osób, które już skorzystały ze wsparcia,
- promocja efektów działania Funduszy Europejskich w regionie,
- promocja serwisu WUP w Katowicach tj. [power.wup-katowice.pl](http://power.wup-katowice.pl) oraz zwiększenie liczby odwiedzin,
- promocja nowej strony internetowej WUP z aplikacją testu predyspozycji zawodowych on-line <https://wybierz-zawod.eu> i zwiększenie liczby odwiedzin.

- promocja fanpage'a WUP w Katowicach <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>, zwiększenie liczby odwiedzin oraz poszerzenie społeczności poprzez większą liczbę polubień.

#### Cele dodatkowe:

- popularyzacja idei podnoszenia kwalifikacji zawodowych,
- popularyzacja samozatrudnienia i przedsiębiorczości,
- popularyzacja idei aktywnego poszukiwania pracy.

#### **6. Termin kampanii:**

Kampania będzie realizowana **min. 3 tygodnie** w okresie od **września do listopada br.** Szczegółowy harmonogram działań i konkretny czas ich trwania w ramach kampanii zostanie ustalony między Wykonawcą a Zamawiającym w terminie 5 dni roboczych od podpisania umowy. Szczegółowy harmonogram może ulec zmianie za zgodą Zamawiającego ze względu np. na konieczność dostosowania emisji do terminów naborów do projektów czy dostępność osób zaangażowanych do działań promocyjnych.

Dodatkowo działanie opisane w **pkt 10.5** oraz **11.3** będzie realizowane w trybie ciągłym: od dnia zasilenia przez Wykonawcę konta reklamowego na Facebooku środkami finansowymi zgodnie z pkt. 11.3, najpóźniej do **11 grudnia 2020 r.** Termin dostarczenia raportu z kampanii: **najpóźniej 18 grudnia 2020 r.**

#### **7. Spójność:**

Wykonawca zobowiązany jest w ramach realizacji umowy do stworzenia spójnej koncepcji kreatywnej dla zaplanowanych w ramach kampanii działań. Komunikaty w poszczególnych mediach powinny się wzajemnie uzupełniać i wspierać (zarówno treściowo, jak i czasowo), tak aby dawały efekt synergii.

#### **8. Prawa autorskie:**

W sytuacjach, gdzie jest to możliwe, zdjęcia i grafiki, które zostaną wykorzystane w kampanii, powinny być autorskie. W uzasadnionych przypadkach (np. brak możliwości wykonania zdjęcia autorskiego, brak zgody bohatera kampanii na udostępnienie wizerunku) Zamawiający dopuszcza wykorzystanie zdjęć, grafik z banku – jednak po wcześniejszej zgodzie Zamawiającego.

Zamawiający dopuszcza także wykorzystanie podkładów muzycznych z banku muzyki. Wszystkie teksty powinny być natomiast autorskie, stworzone specjalnie na potrzeby tej kampanii.

Wykonawca oświadcza, że przysługują mu wyłączne prawa autorskie do utworów powstałych w związku z wykonywaniem umowy, bez ograniczeń co do terytorium, czasu, liczby egzemplarzy i że przenosi te autorskie prawa majątkowe na Zamawiającego nieodpłatnie, z chwilą doręczenia przedmiotu umowy, na następujących polach eksploatacji:

- a) emitowanie w Internecie,
- b) utrwalanie i zwielokrotnianie dowolną techniką,
- c) rozpowszechnianie w dowolny sposób – w szczególności wyświetlanie, nadawanie,
- d) publiczne udostępnianie,
- e) wprowadzanie do pamięci komputera i sieci multimedialnych w nieograniczonych ilościach.

W przypadku takiej konieczności, Wykonawca we własnym zakresie zapewni zgody na wykorzystanie wizerunku bohaterów kampanii (np. artykułów sponsorowanych) oraz autoryzację ich wypowiedzi/wywiadów.

## **9. Elementy obowiązkowe:**

Wszystkie produkty kampanii muszą zostać odpowiednio oznakowane zgodnie z „Księgą identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020”, zgodnie z zasadami wskazanymi w „Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020” oraz w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji” – muszą zawierać zestaw logotypów. Wzory logotypów przekaże Wykonawcy Zamawiający w terminie do 2 dni roboczych od podpisania umowy.

## **10. Narzędzia w kampanii:**

**10.1** Content marketing – artykuły sponsorowane.

**10.2** Kampania linków sponsorowanych w sieci wyszukiwania.

**10.3** Mailing promocyjny

**10.4** Reklama wideo

**10.5** Reklama w mediach społecznościowych promująca oficjalny fanpage Zamawiającego <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>

Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania reklam w formatach dostosowanych do urządzeń mobilnych oraz zaplanowania i zrealizowania **min. 50%** działań w kanale mobile.

## **11. Szczegółowe założenia realizacji działań:**

### **11.1 Content marketing:**

- **opracowanie treści i publikacja 2 artykułów** zachęcających do skorzystania ze wsparcia w ramach PO WER w oparciu o przykłady dobrych praktyk tj. zrealizowanych projektów i osób/firm, które skorzystały ze wsparcia EFS. Artykuły o długości min. 2 800 max. 3 800 znaków ze spacjami. Publikacja na co najmniej jednym z największych ogólnopolskich serwisów/portali publicystyczno-informacyjnych (targetowanie na woj. śląskie), których liczba internautów wynosi minimum 18 mln (na podstawie zestawienia „TOP 20 wydawców (właściciele witryn i programów internetowych), z których korzysta najwięcej internautów – wszystkie urządzenia” w ramach badania Gemius PBI za kwiecień 2020) w działach tematycznie dopasowanych do treści artykułów (np. wiadomości, biznes, finanse, praca, edukacja, rozwój zawodowy i osobisty itp.). **Wykonawca opracuje treść artykułów w oparciu o przykłady dobrych praktyk (tj. zapewni wypowiedzi/wywiady z przedstawicielami beneficjentów i/lub osób, które skorzystały ze wsparcia EFS w ramach PO WER).** Do zadań Wykonawcy należy oprawa graficzna (w tym zdjęcia i/lub grafiki) i przygotowanie artykułów tak, by spełniały wymagania właścicieli portali. Zamawiający wymaga, by artykuły były stworzone z dbałością o formę i różnorodność środków wyrazu. Teksty mają być uzupełnione ciekawymi zdjęciami, infografikami czy informacjami przedstawionymi w wyróżniający się sposób, by przykuć uwagę czytelnika i zadbać o prostotę przekazu (np. infografika ułatwiająca zrozumienie procedur zamiast tekstu). Zamawiający wymaga, by Wykonawca przy wyborze zdjęć/grafik co do zasady korzystał z płatnych baz zdjęć/grafik (wyjątkowo po akceptacji Zamawiającego mogą zostać użyte zdjęcia/grafiki darmowe). Zamawiający wymaga uwzględnienia zdjęcia osoby przedstawianej w publikacji (przedstawiciela lub uczestnika projektu), chyba, że dana osoba nie wyrazi zgody na publikację wizerunku.

### **Harmonogram działań:**

- Zamawiający przekaze Wykonawcy w terminie 2 dni roboczych od podpisania umowy materiały źródłowe na temat promowanych form wsparcia i grup docelowych opisanych w pkt. 1 i 3, wzory logotypów, listę projektów do wykorzystania w kampanii oraz listę firm, które wcześniej wyraziły zgodę na udział w działaniach promocyjnych WUP w Katowicach. Pozyskanie do współpracy konkretnych beneficjentów/osób korzystających z projektów leży po stronie Wykonawcy.

- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego w terminie 5 dni roboczych od podpisania umowy szczegółowy harmonogram obejmujący konkretne terminy prac nad artykułami,
- Wykonawca przedstawi do akceptacji serwis/serwisy internetowe, na których będą publikowane artykuły oraz harmonogram ich publikacji;
- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego listę konkretnych beneficjentów /osób korzystających z projektów wybranych do opisanie w artykułach,
- Wykonawca będzie przekazywał sukcesywnie do akceptacji Zamawiającego opracowane merytorycznie artykuły. Po akceptacji treści każdy artykuł zostanie opracowany graficznie i przekazany do akceptacji Zamawiającego,
- Zamawiający na każdym etapie prac akceptuje lub nanosi poprawki przekazanych materiałów w terminie **3 dni roboczych**,
- Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie **2 dni roboczych** od dnia ich przekazania,
- Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że artykuły zostaną przygotowane do publikacji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do **25 dni roboczych** od podpisania umowy.

Artykuły mogą być emitowane jednocześnie na serwisach internetowych.

**Wymagane wskaźniki: każdy z 2 artykułów** powinien mieć **min. 1 000 unikalnych użytkowników**. W celu osiągnięcia wskaźników Wykonawca powinien założyć autopromocję artykułów w obrębie serwisów, na których będą publikowane artykuły. Ewentualne zmiany terminów mogą nastąpić wyłącznie za zgodą Zamawiającego i muszą wynikać z przyczyn obiektywnych (np. problemy techniczne na portalach, w mediach społecznościowych, nie leżące po stronie Wykonawcy). Ewentualne zmiany terminów nie mogą wpływać na ostateczny termin realizacji usługi i osiągnięcie wskaźników.

## **11.2 Kampania linków sponsorowanych**

Przeprowadzenie kampanii za pośrednictwem reklam tekstowych w wynikach wyszukiwania wyszukiwarki indeksującej największą liczbę stron ze światowych zasobów Internetu z uwzględnieniem geotargetowania na obszar województwa śląskiego.

Na etapie realizacji Wykonawca przedstawi Zamawiającemu listę słów i fraz kluczowych (najpierw 21; wzrost w trakcie trwania kampanii i docelowo: minimum 45 słów i fraz) zweryfikowanych



uprzednio, którą Wykonawca zobowiązany jest odpowiednio pogrupować w co najmniej 3 grupy odpowiadające obszarom i grupom wsparcia opisanym w pkt 1 i 3. Dla każdej z grup słów i fraz kluczowych Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania dwóch odrębnych treści reklam tekstowych w okresie trwania kampanii (3 grupy tj. 6 treści reklam).

Treści przygotowanych reklam muszą mieć charakter informacyjny, promocyjny i angażujący potencjalnych odbiorców. Zamawiający zakłada, że reklama emitowana będzie minimum 2 tygodnie. Wykonawca zobowiązany jest do bieżącej optymalizacji działań, tj. wykluczania nieefektywnych słów kluczowych, dodawania nowych fraz, testowania stawek za kliknięcie – CPC (ang. Cost per Click), testowania różnych przekazów reklamowych, testowania harmonogramu reklam.

### **Harmonogram działań:**

- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego listę zweryfikowanych słów i fraz kluczowych pogrupowanych w co najmniej 3 grupy odpowiadające obszarom i grupom wsparcia opisanym w pkt 1 i 3;
- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego planowany termin trwania kampanii linków sponsorowanych, tak by nie pokrywał się z terminem kampanii linków sponsorowanych promującej RPO WSL (dotyczy reklam przekierowujących na [power.wup-katowice.pl](http://power.wup-katowice.pl));
- Wykonawca przekaże do akceptacji Zamawiającemu proponowane treści reklam;
- Wykonawca opracuje graficznie zaakceptowane treści reklam i przedstawi do akceptacji Zamawiającego;
- Zamawiający na każdym etapie prac akceptuje lub nanosi poprawki przekazanych materiałów w terminie **3 dni roboczych**,
- Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie **2 dni roboczych** od dnia ich przekazania.

Szczegółowy harmonogram obejmujący konkretne terminy zostanie opracowany przez Wykonawcę i przedstawiony do akceptacji Zamawiającego w terminie **5 dni roboczych** od podpisania umowy. Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że reklamy zostaną przygotowane do publikacji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do **20 dni roboczych** od podpisania umowy. Ewentualne zmiany terminów mogą nastąpić wyłącznie za zgodą Zamawiającego i muszą wynikać z przyczyn obiektywnych (np. problemy techniczne na portalach, nie leżące po stronie Wykonawcy). Ewentualne zmiany terminów nie mogą wpływać na ostateczny termin realizacji usługi i osiągnięcie wskaźników.

### **Wymagane wskaźniki:**

Minimalna ilość kliknięć unikalnych użytkowników w reklamy w ramach każdej z 3 grup tematycznych to: 1 000, maksymalna to: 1 500. Łącznie, w ramach całej kampanii linków sponsorowanych, minimalna ilość kliknięć w reklamy to: 3 000, a maksymalna to: 4 500 kliknięć w reklamy (minimum będzie większe, o ile Wykonawca zaproponuje większą liczbę w ofercie).

Cztery (4) reklamy będą kierowały ruch do strony <https://power.wup-katowice.pl>.

Minimalny wymagany wskaźnik kliknięć w reklamy kierujące na stronę <https://power.wup-katowice.pl> łącznie, w ramach całej kampanii, określa się na: minimum 2 000, maksymalnie 3 000 kliknięć.

Dwie (2) reklamy będą kierowały ruch do strony <https://wybierz-zawod.eu>.

Minimalny wymagany wskaźnik kliknięć w reklamy kierujące na stronę <https://wybierz-zawod.eu> łącznie, w ramach całej kampanii, określa się na: minimum 1 000, maksymalnie 1 500 kliknięć.

### 11.3 Reklama w mediach społecznościowych

- Działanie w postaci publikacji reklam oraz postów sponsorowanych (zwanym dalej reklamą) promujących treści dotyczące PO WER oraz stronę [wybierz-zawod.eu](https://wybierz-zawod.eu) w ramach oficjalnego profilu WUP w Katowicach na Facebooku <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>.
- Działania będą ukierunkowane na zwiększenie ruchu na witrynach [power.wup-katowice.pl](https://power.wup-katowice.pl) oraz <https://wybierz-zawod.eu>, a także zwiększanie zasięgu postów utworzonych na profilu <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy> dotyczących PO WER.
- Wykonawca zobowiązany jest przeznaczyć na zakup ww. reklam kwotę w wysokości 5.000,00 zł brutto. W celu realizacji tego działania w ramach kampanii Wykonawca utworzy Menadżera firmy na Facebooku (którego będzie administratorem) oraz aktywuje konto reklamowe kampanii, które zostanie zasilone kwotą w wysokości 5000,00 zł brutto w terminie do 7 dni roboczych od podpisania umowy.
- Wykonawca przekaże Zamawiającemu (administratorowi/om <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>) - jako partnerowi, dostęp do Menadżera firmy oraz konta reklamowego niezwłocznie od ich utworzenia oraz aktywacji.
- Zamawiający we własnym zakresie dokona publikacji reklam oraz odpowiednich ustawień (budżet reklamy, czas trwania, cel, grupa docelowa itd.).

- W ramach działania Wykonawca dokona wyboru formy działania płatnego (reklama/post) oraz opracuje zawartość **5 reklam** w postaci tekstów oraz grafik/zdjęć lub tekstów i materiałów wideo (materiały wideo będą obejmowały filmy zapewnione przez Zamawiającego oraz wyprodukowane w ramach niniejszej kampanii opisane w pkt. 11.5) - zgodnie z informacjami przekazanymi przez Zamawiającego.
- Przekazany na konto reklamowe budżet może zostać wykorzystany także na promocję postów dotyczących PO WER opracowanych samodzielnie przez Zamawiającego, nie tylko na ww. 5 reklam opracowanych przez Wykonawcę.
- Wykonawca podczas tworzenia reklam zobowiązany jest korzystać z płatnych baz zdjęć/grafik, przy czym Zamawiający dopuszcza wyjątkowo użycie także darmowych zdjęć/grafik – w uzasadnionych przypadkach za zgodą Zamawiającego.
- Projekt zawartości każdej reklamy będzie wymagał akceptacji Zamawiającego. Zamawiający dokona akceptacji lub poprawek w terminie 2 dni roboczych.
- Zlecenie dotyczące przygotowania konkretnej reklamy Zamawiający będzie wysyłał minimum 3 dni robocze przed planowanym dniem publikacji. Za zgodą obu stron istnieje możliwość skrócenia czasu realizacji zlecenia do min. 1 dnia roboczego.
- Zamawiający, po akceptacji danego projektu reklamy, we własnym zakresie dokona publikacji oraz odpowiednich ustawień (budżet reklamy, czas trwania, cel itd.).
- Zamawiający obowiązuje się wykorzystać kwotę 5.000,00 zł brutto w terminie najpóźniej do 11 grudnia br. ze względu na konieczność rozliczenia usługi.
- Wykonawca zapewni **łącznie** w okresie realizacji usługi min. 1,5 godziny zegarowej wsparcia doradczego dla pracowników WUP w zakresie efektywnej reklamy na Facebooku. Doradztwo w formie telefonicznej lub mailowej w godzinach pracy WUP w Katowicach.

#### 11.4 Mailing promocyjny

- Wykonawca zrealizuje wysyłkę wiadomości reklamowych do użytkowników (z woj. śląskiego) bezpłatnych kont pocztowych stanowiących części co najmniej jednego z największych ogólnopolskich horyzontalnych portali publicystyczno-informacyjnych. Z danego portalu musi korzystać co najmniej 18 mln internautów (na podstawie zestawienia „TOP 20 wydawców (właścicieli witryn i programów internetowych), z których korzysta najwięcej internautów – wszystkie urządzenia” w ramach badania Gemius PBI za kwiecień 2020) - którzy wyrazili zgodę na otrzymywanie tego typu reklam.
- Wysyłka musi być geotargetowana na województwo śląskie (rozpoznane adresy IP komputerów użytkowników kont) oraz grupę docelową.

- Parametry techniczne wiadomości mailowych: wielkość minimum 40 kB - maksimum 60 kB. Nośnik wykonany w technologii html, szerokość maksymalnie 600 pikseli.
- Wykonawca opracuje treść oraz projekty graficzne dla 3 różnych maili reklamowych adekwatnie do obszarów wsparcia i grup docelowych wymienionych w pkt 1 i 3.
- Mail reklamowy w ramach jednego tematu może być dostarczony podczas kampanii tylko raz do danego konta e-mailowego,
- Kliknięcie na „odnośnik w liście” musi powodować automatyczne przekierowanie użytkownika na tematyczną podstronę internetową podaną podczas realizacji zamówienia. 2 z 3 różnych treściowo maili będą kierowały na właściwą podstronę <https://power.wup-katowice.pl>, natomiast 1 będzie kierował na stronę <https://wybierz-zawod.eu>.
- W przypadku wysyłki maili w ramach więcej niż jednego portalu wysyłka zbliżona czasowo we wszystkich portalach.
- Wykonanie projektu graficznego, koszt wszystkich materiałów źródłowych (w tym pozyskania zdjęć i grafik), muszą być uwzględnione w cenie usługi – projekty graficzne przedstawione do akceptacji przez Zamawiającego,
- Wykonawca odpowiada za wysyłkę maili reklamowych z zachowaniem przepisów 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 (ogólne rozporządzenie o ochronie danych).

#### **Harmonogram działań:**

- Wykonawca prześle do akceptacji Zamawiającego propozycje portalu/portali horyzontalnych oraz harmonogram wysyłki maili,
- Wykonawca opracuje do wyboru 2 różne propozycje szablonów (wzorów) graficznych maili reklamowych. Zamawiający dokona poprawek lub zaakceptuje jeden szablon w terminie 3 dni roboczych od ich przesłania,
- Na podstawie wybranego szablonu Wykonawca opracuje konkretne treści i projekty graficzne 3 maili reklamowych oraz prześle je do akceptacji Zamawiającego,
- Zamawiający na każdym etapie prac zaakceptuje przekazane materiały lub naniesie poprawki w terminie **3 dni roboczych** od ich otrzymania. W przypadku uwag do zaproponowanych w projektach zdjęć/grafik w celu dokonania wyboru przez Zamawiającego, Wykonawca zapewni Zamawiającemu na potrzeby realizacji tego działania dostęp do bazy zdjęć/grafik, z której korzysta,

- Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie **2 dni roboczych** od dnia ich przekazania.

Szczegółowy harmonogram obejmujący konkretne terminy zostanie opracowany przez Wykonawcę i przedstawiony do akceptacji Zamawiającego w terminie **5 dni roboczych** od podpisania umowy. Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że reklamy zostaną przygotowane do publikacji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do **20 dni roboczych** od podpisania umowy. Ewentualne zmiany terminów mogą nastąpić wyłącznie za zgodą Zamawiającego i muszą wynikać z przyczyn obiektywnych (np. problemy techniczne na portalach, nie leżące po stronie Wykonawcy). Ewentualne zmiany terminów nie mogą wpływać na ostateczny termin realizacji usługi i osiągnięcie wskaźników.

**Wymagane wskaźniki:** rozliczenie CPC (cost per click) za liczbę maili reklamowych, które zostały kliknięte przez unikalnych użytkowników i nastąpiło przekierowanie do strony docelowej.

Minimalna liczba klikniętych maili (przekierowujących na stronę internetową) **w ramach każdego z 3 tematów: minimum 100, maksimum 150.**

Minimalna liczba klikniętych maili (przekierowujących na stronę internetową) **łącznie w ramach całej kampanii: minimum 300, maksimum 450.**

Odbiorcy (konta e-mail) nie mogą się powtarzać w ramach poszczególnych tematów mailingu.

Wymagana łączna liczba przekierowań na strony docelowe w ramach całej kampanii: **minimum 300 (w tym minimum 200 na właściwą podstronę power-katowice.pl i minimum 100 na stronę wybierz-zawod.eu), maksymalnie 450 (w tym maksymalnie 300 na właściwą podstronę power-katowice.pl i maksymalnie 150 na stronę wybierz-zawod.eu).**

W przypadku wysyłki maili w ramach więcej niż jednego portalu: wysyłka w proporcjonalnych ilościach w każdym z wybranych portali.

### **11.5 Produkcja filmów wideo**

Wykonawca przygotowuje oraz wyprodukuje **2 filmy wideo** do emisji w mediach społecznościowych **o długości min. 1 minuty maks. 1 min. 30 sek.** o tematyce zgodnej z obszarami opisanymi w pkt. 1 opisu przedmiotu zamówienia.

- filmy animowane z użyciem lektora (teksty i animowane grafiki/infografiki 2D) w formie dedykowanych animacji typu whiteboard animation, opracowane przez grafików i rysowników, w których obraz powstaje na oczach widza wraz z odpowiednią narracją lektora.
- cel i wstępna koncepcja: film zachęcający do skorzystania z możliwości projektów EFS (np. dotacji, szkoleń) w ramach działań PO WER wdrażanych przez WUP oraz edukujący, jak to zrobić. Zachęta poprzez np. pokazanie efektów zrealizowanych już projektów (statystyki ile osób skorzystało dotychczas z danej formy wsparcia i/lub animowanej historii sukcesu osoby, która skorzystała ze wsparcia). Jeden z filmów będzie zachęcał do planowania rozwoju zawodowego i wykonania testu predyspozycji zawodowych na stronie wybierz-zawod.eu. Szczegółowa koncepcja zostanie wypracowana na etapie prac nad scenariuszem i storyboardem.
- Wykonawca przedstawi wstępne scenariusze i storyboardy filmów wideo do akceptacji Zamawiającego. Scenariusze muszą uwzględniać fakt, że mają to być filmy do odtwarzania w Internecie, więc przekaz i treści zawarte w nich muszą być przyjemne i łatwe w odbiorze, angażujące widza i zachęcające do udostępniania w mediach społecznościowych.
- Wykonawca zapewni doświadczony personel (rysowników i grafików), profesjonalny sprzęt do realizacji filmów (specjalistyczne oprogramowanie), optymalną jakość materiału wideo dostosowaną do emisji w mediach społecznościowych (rozdzielczość, jakość Full HD), jak również montaż i udźwiękowanie.
- Wykonawca zapewni oprawę muzyczną materiałów wideo i przedstawi Zamawiającemu co najmniej 5 różnych podkładów do wyboru.
- Wykonawca zapewni lektora/lektorów i przedstawi Zamawiającemu co najmniej 6 różnych głosów do wyboru. Ilość użytych lektorów (nie więcej niż 3) będzie zależała od zaakceptowanego scenariusza (czy np. historie będą opowiadane przez bohaterów w pierwszej osobie czy w trzeciej).
- Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania dla każdego z powstałych filmów napisów przedstawiających tekstową wersję tego, co słychać na wideo, tj. wypowiedzi oraz informacje niezbędne do zrozumienia treści. Tekst musi być czytelny, o odpowiednim kontraście i czasie wyświetlania zgodnie z zasadą dostępności.
- Wykonawca zapewni do realizacji filmików tłumacza języka migowego (postać tłumacza umiejscowiona tak, aby nie przysłaniała zasadniczej treści, grafiki). Tłumacz posługujący się Polskim Językiem Migowym musi posiadać certyfikat tłumacza języka migowego wydany przez Polski Związek Głuchych na poziomie minimum T2,
- Wykonawca przekaże Zamawiającemu filmy wideo w postaci plików źródłowych Full HD oraz w formatach i wielkościach właściwych do umieszczenia na stronach internetowych, w mediach społecznościowych (m.in. You Tube, Facebook), do zgrania na pendrivie lub innym nośniku

ustalonym z Zamawiającym. Formaty i wielkości do uzgodnienia z Zamawiającym na etapie realizacji usługi.

### **Harmonogram działań związanych z produkcją wideo będzie obejmował następujące etapy:**

- Wykonawca prześle Zamawiającemu brief z pytaniami niezbędnymi do ustalenia szczegółowej koncepcji, scenariuszy i storyboardów,
- Zamawiający przygotuje odpowiedź na brief,
- Wykonawca przedstawi propozycje scenariuszy filmów i propozycje grafik (storyboardy),
- Zamawiający dokona akceptacji lub naniesie poprawki,
- Po ustaleniu ostatecznych scenariuszy i storyboardów Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego zmontowany materiał,
- Zamawiający dokona wyboru lektora/ów i podkładu/ów muzycznego/ych,
- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego ostatecznie zmontowany materiał z podkładem muzycznym, głosem lektora, napisami oraz tłumaczem języka migowego,
- Zamawiający dokona akceptacji lub naniesie poprawki,
- Zamawiający na każdym etapie prac zaakceptuje przekazane materiały, naniesie poprawki lub udzieli odpowiedzi w terminie **3 dni roboczych** od ich otrzymania,
- Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie **2 dni roboczych** od dnia ich przekazania,
- Szczegółowy harmonogram obejmujący konkretne terminy zostanie opracowany przez Wykonawcę i przedstawiony do akceptacji Zamawiającego w terminie **5 dni roboczych** od podpisania umowy. Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że filmy zostaną przygotowane do emisji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do **35 dni roboczych** od podpisania umowy.
- Harmonogram za zgodą Zamawiającego może ulec zmianie z przyczyn obiektywnych. Termin realizacji filmików może zostać wydłużony za zgodą Zamawiającego pod warunkiem zachowania terminu realizacji całości usługi i zapewnienia osiągnięcia przez Wykonawcę zadeklarowanych wskaźników.

### **11.6 Reklama wideo:**

W ramach kampanii przewiduje się emisję ww. filmów wideo, w tym:

- emisja **2 filmów o długości min. 1 minuty maks. 1 minuty 30 sek.** w obrębie kanału wideo na serwisie społecznościowym (kanał You Tube Praca TV na którym Zamawiający posiada konto), z uwzględnieniem geotargetowania na województwo śląskie, przez cały okres trwania kampanii. Dla każdego z filmów wymagane jest uzyskanie min. 5 000 max. 7 500 obejrzeń o długości min. 20% czasu trwania danego filmu (minimum ilości obejrzeń będzie większe, o ile Wykonawca zaproponuje większą liczbę w ofercie).

## 12. Raport podsumowujący

Wykonawca jest zobowiązany na bieżąco kontrolować realizację wskaźników kampanii realizowanej w internecie oraz optymalizować ją w celu osiągnięcia parametrów.

Po zrealizowaniu całej kampanii, najpóźniej do **18 grudnia 2020 r.** Wykonawca prześle Zamawiającemu raport z adserwera w formie elektronicznej i papierowej (ewentualnie skan dokumentu z podpisem Wykonawcy) obejmujący dane nt. skuteczności i efektywności dla wszystkich przeprowadzonych działań, w tym dane nt. deklarowanych i zrealizowanych wskaźników dla wszystkich działań. Strona [power.wup-katowice.pl](http://power.wup-katowice.pl) i [wybierz-zawod.eu](http://wybierz-zawod.eu) – wymagany jest kompletny raport Google Analytics (liczba wejść i odsłon, liczba realnych i unikalnych użytkowników, średni czas spędzony w witrynie, analiza źródeł ruchu, rekomendacje).

**III.** We wspólnym Słowniku Zamówień (CPV), o którym mowa w art. 30 ust. 7 ustawy, usługa oznaczona jest następującym kodem:

**79342200-5 Usługi w zakresie promocji**

**IV.** Zamawiający **nie dopuszcza** składania ofert wariantowych, to jest ofert przewidujących odmienny niż określony przez Zamawiającego sposób wykonania niniejszego zamówienia publicznego, wobec czego Zamawiający nie określa warunków, o których mowa w art. 36 ust. 2 pkt 4 ustawy.

**V.** Zamawiający **nie dopuszcza** możliwości składania ofert częściowych, ponieważ Zamawiający nie podzielił niniejszego zamówienia na części. Z uwagi na powyższe Zamawiający nie określa wymagań, o których mowa w art. 36 ust. 2 pkt 1 i 15 w związku z art. 36aa ustawy.

**VI.** Zamawiający **nie przewiduje** udzielenia zamówienia polegającego na powtórzeniu podobnych usług, zgodnych z przedmiotem niniejszego zamówienia, to jest zgodnych z przedmiotem zamówienia podstawowego, o którym mowa w art. 67 ust. 1 pkt 6 ustawy.

**VII.** Zamawiający **nie przewiduje** aukcji elektronicznej, wobec czego Zamawiający nie określa wymagań, o których mowa w art. 36 ust. 2 pkt 7 ustawy.

**VIII.** Zamawiający **nie przewiduje** udzielania zaliczek na poczet wykonania niniejszego zamówienia.



- IX.** Zamawiający **nie zamierza** zawrzeć umowy ramowej, wobec czego Zamawiający nie określa wymagań, o których mowa w art. 36 ust. 2 pkt 2 ustawy.
- X.** Zamawiający **nie zamierza** ustanowić dynamicznego systemu zakupów.
- XI.** Zamawiający przed wszczęciem postępowania o udzielenie niniejszego zamówienia **nie przeprowadził** dialogu technicznego.
- XII.** Zamawiający **nie określa** wymagań, o których mowa w art. 29 ust. 3a ustawy, to jest Zamawiający nie wprowadza wymogu, by Wykonawca lub Podwykonawca w celu realizacji przedmiotu niniejszego zamówienia zatrudniał na podstawie umowy o pracę osoby wykonujące czynności w zakresie realizacji niniejszego zamówienia, albowiem charakter tych czynności i krótki czas ich trwania przemawia za tym, że nie posiadają one cech stosunku pracy w rozumieniu art. 22 § 1 ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. – Kodeks Pracy (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 1040 z późn. zm.).
- XIII.** Zamawiający **nie określa** wymagań związanych z realizacją niniejszego zamówienia obejmujących aspekty gospodarcze, środowiskowe, społeczne, związane z innowacyjnością lub zatrudnieniem, o których mowa w art. 29 ust. 4 ustawy.
- XIV.** Zamawiający **nie określa** standardów jakościowych, o których mowa w art. 91 ust. 2a ustawy, ponieważ kryterium ceny nie stanowi jedyne kryterium oceny ofert w niniejszym postępowaniu, a wartość kryterium ceny nie przekracza 60%.
- XV.** Zamawiający **nie dopuszcza** możliwości złożenia ofert w niniejszym postępowaniu w postaci katalogów elektronicznych lub dołączenia katalogów elektronicznych do oferty, o którym mowa w art. 10a ust. 2 ustawy.
- XVI.** Wszystkie ustalenia dotyczące dat i godzin stosowanych dla potrzeb niniejszego postępowania przyjmuje się zgodnie z czasem lokalnym właściwym dla siedziby Zamawiającego.
- XVII.** Wykonawcy występujący wspólnie ponoszą solidarną odpowiedzialność za wykonanie umowy w sprawie udzielenia niniejszego zamówienia.

### **ROZDZIAŁ III**

#### **TERMIN WYKONANIA ZAMÓWIENIA**

Zamówienie należy wykonać do 18 grudnia 2020 r.

### **ROZDZIAŁ IV**

#### **OPIS WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ PODSTAWY WYKLUCZENIA, O KTÓRYCH MOWA W ART. 24 UST. 5 USTAWY**

1. O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się Wykonawcy, którzy:

- 1.1. nie podlegają wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia na podstawie art. 24 ust. 1 oraz art. 24 ust. 5 ustawy;
  - 1.2. spełniają warunki udziału w postępowaniu określone przez Zamawiającego w pkt. 2 zgodnie z art. 22 ust. 1 w związku z art. 22 ust. 1b ustawy.
2. Warunki udziału w postępowaniu dotyczą:
- 2.1. kompetencji lub uprawnień do prowadzenia określonej działalności zawodowej, o ile wynika to z odrębnych przepisów:  
***Zamawiający nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie.***
  - 2.2. sytuacji ekonomicznej i finansowej:  
***Zamawiający nie wyznacza szczegółowego warunku w tym zakresie.***
  - 2.3. zdolności technicznej lub zawodowej:  
***Zamawiający uzna spełnienie w/w warunku, jeżeli Wykonawca:***

1) **Wykaże, że** w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie wykonał, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych wykonuje należycie:

- co najmniej 1 kompleksową usługę polegającą na realizacji działań reklamowych/promocyjnych w Internecie o wartości minimum 130 tys. zł brutto lub
- maksymalnie 3 usługi\* polegające na realizacji działań reklamowych/promocyjnych w Internecie, których łączna wartość to minimum 130 tys. zł brutto.

Wskazane usługi mogą być częścią większych zamówień obejmujących także działania promocyjne/reklamowe w innych mediach (np. prasie, telewizji itd.). Oferenci wykazujący usługę, która obejmuje także działania w mediach innych niż Internet, muszą wykazać, że wartość usług w Internecie spełnia ww. wymagania dotyczące wartości.

\* **Uwaga:** Mając na uwadze art. 23 ust. 5 ustawy Zamawiający zastrzega, że w sytuacji składania oferty przez dwa lub więcej podmiotów (Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia) oraz analogicznie w sytuacji, gdy Wykonawca będzie polegał na zasobach innego podmiotu, na zasadach określonych w art. 22a ustawy, warunek o którym wyżej mowa musi zostać spełniony w całości przez Wykonawcę (jednego z Wykonawców wspólnie składającego ofertę) lub podmiot, na którego zdolności w tym zakresie powołuje się Wykonawca – brak możliwości tzw. sumowania zasobów kilku Wykonawców w zakresie doświadczenia.

### **Opis sposobu dokonywania oceny spełnienia tego warunku:**

*Zamawiający dokona oceny spełnienia w/w warunku według formuły „spełnia/nie spełnia” na podstawie wykazu zawierającego usługi wykonane w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert bądź wykonywane nadal, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy - w tym okresie, odpowiadające w/w przedmiotowi zamówienia, z podaniem:*

- nazwy jednostki dla której była świadczona usługa,
- przedmiotu działań reklamowych/promocyjnych,
- daty wykonania usługi,
  
- wartości zamówienia dot. realizacji działań reklamowych/promocyjnych w Internecie oraz załączeniem dokumentu lub dokumentów potwierdzających, że usługi wymienione w wykazie zostały wykonane lub są wykonywane należycie (np. referencje). W przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych nadal wykonywanych referencje bądź inne dokumenty potwierdzające ich należyte wykonywanie powinny być wydane nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert.

Faktura VAT (jako dokument potwierdzający należyte wykonanie usługi) wystawiona przez Wykonawcę w ramach danej usługi wskazanej w wykazie usług zrealizowanych, nie będzie brana pod uwagę przez Zamawiającego. Sam dokument faktury, bez żadnych dodatkowych informacji na temat należytego wykonania, nie może ze swej istoty tego faktu potwierdzać. Z tego dokumentu nie wynika chociażby, że zamówienie zostało wykonane w terminie, a na Wykonawcę nie nałożono kar umownych czy potrąceń.

*Dokumenty potwierdzające należyte wykonanie powinny zostać przedstawione w formie oryginału lub czytelnej kserokopii poświadczonej „za zgodność z oryginałem” przez Wykonawcę lub osobę upoważnioną do występowania w imieniu Wykonawcy.*

*Nie wykazanie spełnienia w/w warunku skutkować będzie wykluczeniem Wykonawcy z postępowania zgodnie z art. 24 ust. 1 pkt 12 ustawy Pzp.*

### **2) wykaże, że dysponuje personelem w postaci:**

- **copywritera/dziennikarza – co najmniej 1 osoby**, która powinna posiadać doświadczenie w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert w tworzeniu artykułów przeznaczonych do publikacji co najmniej w Internecie, tj.

stworzyła w okresie ostatnich trzech lat przed upływem składania ofert min. 3 artykuły\*, które zostały opublikowane co najmniej w Internecie - należy podać tytuły artykułów, tytuły e-publikacji, w których ukazały się artykuły (jeśli dotyczy), daty publikacji i nazwy serwisów/stron internetowych, na których się ukazały.

\* Zamawiający za artykuł uznaje tekst o długości co najmniej 2 000 znaków ze spacjami.

–**grafika/ryownik** – **co najmniej 1 osoby**, która powinna posiadać doświadczenie w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert w projektowaniu grafiki w postaci minimum 3 filmów animowanych typu whiteboard o długości minimum 30 sekund (należy podać datę realizacji usługi, przedmiot filmu animowanego lub tytuł, nazwę zleceniodawcy, na rzecz którego była wykonana);

–**specjalisty ds. kampanii internetowych** – **co najmniej 1 osoby**, która powinna posiadać doświadczenie w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert w realizacji kampanii linków sponsorowanych lub kampanii reklamowych w mediach społecznościowych\*\*, w ramach łącznie co najmniej 3 usług o charakterze reklamowym/promocyjnym, przeprowadzonych w Internecie (należy podać datę realizacji usługi, przedmiot usługi, nazwę zleceniodawcy, na rzecz którego była wykonana);

\*\* mogą to być 3 kampanie linków sponsorowanych lub 3 kampanie reklamowe w mediach społecznościowych lub ich dowolna kombinacja w ramach 3 usług o charakterze reklamowym/promocyjnym przeprowadzonych w Internecie.

W przypadku korzystania z osób zdolnych do wykonania zamówienia, które zostaną udostępnione przez inne podmioty, Wykonawca załączy do oferty pisemne zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dyspozycji osób na okres korzystania z nich przy wykonywaniu zamówienia

#### **Opis sposobu dokonywania oceny spełnienia tego warunku:**

*Zamawiający dokona oceny spełnienia w/w warunku według formuły „spełnia/nie spełnia” na podstawie załączonego do oferty wykazu zawierającego imię i nazwisko osób, które będą uczestniczyć w realizacji zamówienia jako:*

- **copywriter/dziennikarz** wraz z podaniem tytułów artykułów, tytułów e-publicacji w których ukazały się artykuły (jeśli dotyczy), daty publikacji i nazwy serwisów/stron internetowych, na których się ukazały;
- **grafik/rysownik** wraz z podaniem daty realizacji usługi, przedmiotu filmu animowanego lub tytułu, nazwy zleceniodawcy, na rzecz którego była wykonana;
- **specjalisty ds. kampanii internetowych** wraz z podaniem daty realizacji usługi, przedmiotu usługi, nazwy zleceniodawcy, na rzecz którego była wykonana.

*Niewykazanie spełnienia w/w warunków skutkować będzie wykluczeniem Wykonawcy z postępowania zgodnie z art. 24 ust. 1 pkt 12 ustawy Pzp.*

3. Przesłanki wykluczenia Wykonawców z postępowania na podstawie art. 24 ust. 5 ustawy:

Z postępowania o udzielenie zamówienia Zamawiający może wykluczyć Wykonawcę:

- 3.1. w stosunku do którego otwarto likwidację, w zatwierdzonym przez sąd układzie w postępowaniu restrukturyzacyjnym jest przewidziane zaspokojenie wierzycieli przez likwidację jego majątku lub sąd zarządził likwidację jego majątku w trybie art. 332 ust. 1 ustawy z dnia 15 maja 2015 r. – Prawo restrukturyzacyjne (t.j. Dz. U. z 2020 r., poz. 814) lub którego upadłość ogłoszono, z wyjątkiem wykonawcy, który po ogłoszeniu upadłości zawarł układ zatwierdzony prawomocnym postanowieniem sądu, jeżeli układ nie przewiduje zaspokojenia wierzycieli przez likwidację majątku upadłego, chyba że sąd zarządził likwidację jego majątku w trybie art. 366 ust. 1 ustawy z dnia 28 lutego 2003 r. – Prawo upadłościowe (Dz. U. z 2019 r. poz. 498 z późn. zm.);
- 3.2. który w sposób zawiniony poważnie naruszył obowiązki zawodowe, co podważa jego uczciwość, w szczególności gdy wykonawca w wyniku zamierzonego działania lub rażącego niedbalstwa nie wykonał lub nienależycie wykonał zamówienie, co zamawiający jest w stanie wykazać za pomocą stosownych środków dowodowych;
- 3.3. jeżeli Wykonawca lub osoby, o których mowa w ust. 1 pkt 14, uprawnione do reprezentowania Wykonawcy pozostają w relacjach określonych w art. 17 ust. 1 pkt 2–4 ustawy z:
  - a) Zamawiającym,
  - b) osobami uprawnionymi do reprezentowania Zamawiającego,
  - c) członkami komisji przetargowej,
  - d) osobami, które złożyły oświadczenie, o którym mowa w art. 17 ust. 2a ustawy – chyba, że jest możliwe zapewnienie bezstronności po stronie zamawiającego w inny sposób niż przez wykluczenie Wykonawcy z udziału w postępowaniu;

- 3.4. który, z przyczyn leżących po jego stronie, nie wykonał albo nienależycie wykonał w istotnym stopniu wcześniejszą umowę w sprawie zamówienia publicznego lub umowę koncesji, zawartą z Zamawiającym, o którym mowa w art. 3 ust. 1 pkt 1–4 ustawy, co doprowadziło do rozwiązania umowy lub zasądzenia odszkodowania;
  - 3.5. będącego osobą fizyczną, którego prawomocnie skazano za wykroczenie przeciwko prawom pracownika lub wykroczenie przeciwko środowisku, jeżeli za jego popełnienie wymierzono karę aresztu, ograniczenia wolności lub karę grzywny nie niższą niż 3 000 złotych;
  - 3.6. jeżeli urzędującego członka jego organu zarządzającego lub nadzorczego, wspólnika spółki w spółce jawnej lub partnerskiej albo komplementariusza w spółce komandytowej lub komandytowo-akcyjnej lub prokurenta prawomocnie skazano za wykroczenie, o którym mowa w ust. 3, pkt 3.5., Rozdział IV;
  - 3.7. wobec którego wydano ostateczną decyzję administracyjną o naruszeniu obowiązków wynikających z przepisów prawa pracy, prawa ochrony środowiska lub przepisów o zabezpieczeniu społecznym, jeżeli wymierzono tą decyzją karę pieniężną nie niższą niż 3 000 złotych;
  - 3.8. który naruszył obowiązki dotyczące płatności podatków, opłat lub składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne, co Zamawiający jest w stanie wykazać za pomocą stosownych środków dowodowych, z wyjątkiem przypadku, o którym mowa w ust. 1 pkt 15, chyba że Wykonawca dokonał płatności należnych podatków, opłat lub składek na ubezpieczenia społeczne lub zdrowotne wraz z odsetkami lub grzywnami lub zawarł wiążące porozumienie w sprawie spłaty tych należności.
4. Zamawiający może wykluczyć Wykonawcę na każdym etapie postępowania o udzielenie zamówienia.
  5. Wykonawca może w celu potwierdzenia spełnienia warunków udziału w postępowaniu, w stosownych sytuacjach oraz w odniesieniu do konkretnego zamówienia, lub jego części, polegać na zdolnościach technicznych lub zawodowych lub sytuacji finansowej lub ekonomicznej innych podmiotów, niezależnie od charakteru prawnego łączących go z nim stosunków prawnych. Wykonawca w takiej sytuacji musi udowodnić Zamawiającemu, że realizując zamówienie, będzie dysponował niezbędnymi zasobami tych podmiotów, w szczególności przedstawiając zobowiązanie tych podmiotów do oddania do dyspozycji niezbędnych zasobów na potrzeby realizacji zamówienia.
  6. W odniesieniu do warunków dotyczących wykształcenia, kwalifikacji zawodowych lub doświadczenia, Wykonawcy mogą polegać na zdolnościach innych podmiotów, jeśli podmioty te zrealizują usługi, do realizacji których te zdolności są wymagane.

7. Zamawiający ocenia, czy udostępniane Wykonawcy przez inne podmioty zdolności techniczne lub zawodowe pozwalają na wykazanie przez Wykonawcę spełnienia warunków udziału w postępowaniu oraz bada, czy nie zachodzą wobec tego podmiotu podstawy wykluczenia, o których mowa w art. 24 ust. 1 pkt. 13-22 i ust. 5 ustawy.
8. Jeżeli zdolności techniczne lub zawodowe podmiotu, o którym mowa w ust. 6 niniejszego Rozdziału, nie potwierdzają spełnienia przez Wykonawcę warunków udziału w postępowaniu lub zachodzą wobec tych podmiotów podstawy wykluczenia, Zamawiający żąda, aby Wykonawca w terminie określonym przez Zamawiającego:
  - a) zastąpił ten podmiot innym podmiotem lub podmiotami;
  - b) zobowiązał się do osobistego wykonania odpowiedniej części zamówienia, jeżeli wykaże zdolności techniczne lub zawodowe, o których mowa powyżej.
9. Jeżeli Wykonawca polegać będzie na zdolnościach technicznych lub zawodowych innych podmiotów (udostępnienie zasobów), Zamawiający w celu oceny, czy Wykonawca polegając na zdolnościach innych podmiotów na zasadach określonych w art. 22a ustawy, będzie dysponował niezbędnymi zasobami w stopniu umożliwiającym należyte wykonanie zamówienia publicznego oraz oceny, czy stosunek łączący wykonawcę z tymi podmiotami gwarantuje rzeczywisty dostęp do ich zasobów, wymaga złożenia dokumentu/dokumentów, które określają w szczególności:
  - zakres dostępnych wykonawcy zasobów innego podmiotu,
  - sposób wykorzystania zasobów innego podmiotu, przez wykonawcę, przy wykonywaniu zamówienia publicznego,
  - zakres i okres udziału innego podmiotu przy wykonywaniu zamówienia publicznego,
  - czy podmiot, na zdolnościach którego wykonawca polega w odniesieniu do warunków udziału w postępowaniu dotyczących wykształcenia, kwalifikacji zawodowych lub doświadczenia, zrealizuje usługi, których wskazane zdolności dotyczą.
10. Zamawiający przewiduje możliwość dokonania najpierw oceny ofert, a następnie zbadania czy Wykonawca, którego oferta została oceniona jako najkorzystniejsza, nie podlega wykluczeniu oraz spełnia warunki udziału w postępowaniu.
11. Ocena spełnienia warunków udziału w postępowaniu zostanie dokonana na podstawie złożonych dokumentów wymienionych w Rozdziale V niniejszej SIWZ, wymaganych na podstawie przepisów ustawy oraz Rozporządzenia Ministra Rozwoju z dnia 26 lipca 2016 r. w sprawie rodzajów dokumentów, jakich może żądać zamawiający od Wykonawcy w postępowaniu o udzielenie zamówienia (Dz.U. z 2016 r. poz.1126 z późn.zm.), wg formuły „spełnia”, „nie spełnia”.
12. Zamawiający może, na każdym etapie postępowania, uznać, że Wykonawca nie posiada wymaganych zdolności, jeżeli zaangażowanie zasobów technicznych lub zawodowych Wykonawcy

w inne przedsięwzięcia gospodarcze Wykonawcy może mieć negatywny wpływ na realizację zamówienia.

13. Wykonawca może powierzyć wykonanie części zamówienia Podwykonawcy. Wykonawca na żądanie Zamawiającego zobowiązany jest wskazać część zamówienia, którą zamierza powierzyć Podwykonawcom i podać nazwy (firmy) Podwykonawców. Jeżeli zmiana albo rezygnacja z Podwykonawcy dotyczy podmiotu, na którego zasoby Wykonawca powoływał się, na zasadach określonych w art. 22a ust. 1 ustawy, w celu wykazania spełniania warunków udziału w postępowaniu, Wykonawca jest obowiązany wykazać Zamawiającemu, że proponowany inny Podwykonawca lub Wykonawca samodzielnie spełnia je w stopniu nie mniejszym niż Podwykonawca, na którego zasoby Wykonawca powoływał się w trakcie postępowania o udzielenie zamówienia.

## **ROZDZIAŁ V**

### **WYKAZ OŚWIADCZEŃ I DOKUMENTÓW, JAKIE MAJĄ DOSTARCZYĆ WYKONAWCY POTWIERDZAJĄCYCH SPEŁNIANIE WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ BRAK PODSTAW WYKLUCZENIA**

#### **1. Wszyscy Wykonawcy zobowiązani są złożyć:**

**1.1. do oferty:** aktualne na dzień składania ofert oświadczenia, o których mowa w art. 25a ust. 1 ustawy PZP:

- oświadczenie o niepodleganiu wykluczeniu z postępowania w zakresie określonym w Rozdziale IV, ust. 1, pkt 1.1. niniejszej SIWZ (*Załącznik Nr 2 do SIWZ*),
- oświadczenie o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu w zakresie określonym w Rozdziale IV, ust. 1, pkt 1.2. niniejszej SIWZ (*Załącznik Nr 3 do SIWZ*);

**1.2. po otwarciu ofert:** w terminie 3 dni od zamieszczenia na stronie internetowej Zamawiającego informacji z otwarcia ofert, o której mowa w ust. 6 w Rozdziale XIV niniejszej SIWZ:

- oświadczenie o przynależności lub braku przynależności do tej samej grupy kapitałowej, o której mowa w art. 24 ust. 1 pkt 23 ustawy. Wraz ze złożeniem oświadczenia, Wykonawca może przedstawić dowody, że powiązania z innym wykonawcą nie prowadzą do zakłócenia konkurencji w postępowaniu o udzielenie zamówienia. W przypadku Wykonawców wspólnie składających ofertę, przedmiotowe oświadczenie zobowiązany jest złożyć każdy z Wykonawców wspólnie składających ofertę. Wzór w/w oświadczenie będzie stanowić załącznik do Informacji z otwarcia ofert, która zostanie zamieszczona na stronie internetowej Zamawiającego.



## **2. Wykonawca, którego oferta została najwyżej oceniona:**

### **2.1. Zgodnie z art. 26 ust. 2 ustawy Pzp przed udzieleniem zamówienia, zostanie wezwany do złożenia w wyznaczonym, nie krótszym niż 5 dni, terminie aktualnych na dzień złożenia następujących oświadczeń lub dokumentów potwierdzających warunki udziału w postępowaniu:**

2.1.1. wykazu usług wykonanych, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych również wykonywanych, w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert albo wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, wraz z podaniem ich wartości, przedmiotu, dat wykonania i podmiotów, na rzecz których usługi zostały wykonane, oraz załączeniem dowodów określających czy te usługi zostały wykonane lub są wykonywane należycie, przy czym dowodami, o których mowa, są referencje bądź inne dokumenty wystawione przez podmiot, na rzecz którego usługi były wykonywane, a w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych są wykonywane, a jeżeli z uzasadnionej przyczyny o obiektywnym charakterze wykonawca nie jest w stanie uzyskać tych dokumentów – oświadczenie wykonawcy; w przypadku świadczeń okresowych lub ciągłych nadal wykonywanych referencje bądź inne dokumenty potwierdzające ich należyte wykonywanie powinny być wydane nie wcześniej niż 3 miesiące przed upływem terminu składania ofert – wg Załącznika Nr 5 do SIWZ;

2.1.2. wykazu osób, skierowanych przez wykonawcę do realizacji zamówienia publicznego, w szczególności odpowiedzialnych za świadczenie usług, kontrolę jakości lub kierowanie robotami budowlanymi, wraz z informacjami na temat ich kwalifikacji zawodowych, uprawnień, doświadczenia i wykształcenia niezbędnych do wykonania zamówienia publicznego, a także zakresu wykonywanych przez nie czynności oraz informacją o podstawie do dysponowania tymi osobami – wg Załącznika Nr 6 do SIWZ;

2.1.3. odpisu z właściwego rejestru lub z centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub ewidencji, w celu potwierdzenia braku podstaw wykluczenia na podstawie art. 24 ust. 5 pkt. 1 ustawy Pzp.

3. Jeżeli Wykonawca, którego oferta została najwyżej oceniona, ma siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, zamiast odpisu z właściwego rejestru lub centralnej ewidencji i informacji o działalności gospodarczej, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub ewidencji w celu potwierdzenia braku podstaw wykluczenia na podstawie art. 24 ust. 5 pkt 1 ustawy, na wezwanie Zamawiającego w terminie nie krótszym niż 5 dni składa informację z odpowiedniego rejestru albo, w przypadku braku takiego rejestru, inny równoważny dokument w celu potwierdzenia braku podstaw wykluczenia na podstawie art. 24 ust. 5 pkt 1 ustawy;

4. Jeżeli w kraju, w którym wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania lub miejsce zamieszkania ma osoba, której dokument dotyczy, nie wydaje się dokumentów, o których mowa w pkt 3, zastępuje się je dokumentem zawierającym odpowiednio oświadczenie wykonawcy, ze wskazaniem osoby lub osób uprawnionych do jego reprezentacji, lub oświadczenie osoby, której dokument miał dotyczyć, złożone przed notariuszem lub organem sądowym, administracyjnym albo organem samorządu zawodowego lub gospodarczego właściwym ze względu na siedzibę lub miejsce zamieszkania wykonawcy lub miejsce zamieszkania tej osoby.
5. Wykonawca nie jest obowiązany do złożenia oświadczeń lub dokumentów potwierdzających okoliczności, o których mowa w art. 25 ust. 1 pkt. 1 i 3 ustawy, jeżeli Zamawiający posiada aktualne oświadczenia lub dokumenty dotyczące tego Wykonawcy lub może je uzyskać za pomocą bezpłatnych i ogólnodostępnych baz danych, w szczególności rejestrów publicznych w rozumieniu ustawy z dnia 17 lutego 2005 r. o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne (Dz. U. z 2019 r., poz. 1590 z późn. zm.). W przypadku wskazania przez Wykonawcę dostępności oświadczeń lub dokumentów, o których mowa w rozdziale V pkt. 2 SIWZ w formie elektronicznej pod określonymi adresami internetowymi ogólnodostępnych i bezpłatnych baz danych, Zamawiający pobiera samodzielnie z tych baz wskazane przez Wykonawcę dokumenty lub oświadczenia. W przypadku wskazania przez Wykonawcę oświadczeń lub dokumentów, o których mowa w rozdziale V pkt. 2 SIWZ, które znajdują się w posiadaniu Zamawiającego, w szczególności oświadczeń lub dokumentów przechowywanych przez zamawiającego zgodnie z art. 97 ust. 1 ustawy, Zamawiający w celu potwierdzenia okoliczności, których mowa w art. 25 ust. 1 pkt 1 i 3 ustawy, korzysta z posiadanych oświadczeń lub dokumentów, o ile są one aktualne.
6. Jeżeli Wykonawca nie złożył oświadczenia, o którym mowa w art. 25a ust.1 ustawy, oświadczeń lub dokumentów potwierdzających okoliczności, o których mowa w art. 25 ust. 1 ustawy, lub innych dokumentów niezbędnych do przeprowadzenia postępowania, oświadczenia lub dokumenty są niekompletne, zawierają błędy lub budzą wskazane przez zamawiającego wątpliwości, zamawiający wzywa do ich złożenia, uzupełnienia lub poprawienia lub do udzielania wyjaśnień w terminie przez siebie wskazanym, chyba, że mimo ich złożenia, uzupełnienia lub poprawienia lub udzielenia wyjaśnień oferta wykonawcy podlega odrzuceniu albo konieczne byłoby unieważnienie postępowania.
7. Zamawiający może żądać przedstawienia oryginału lub notarialnie poświadczonej kopii dokumentów, o których mowa w Rozporządzeniu Ministra Rozwoju z dnia 26 lipca 2016 r. w sprawie rodzajów dokumentów, jakich może żądać zamawiający od Wykonawcy w postępowaniu o udzielenie zamówienia (Dz. U. z 2016 r., poz.1126 z późn. zm.), innych niż oświadczenia, wyłącznie wtedy, gdy złożona kopia dokumentu jest nieczytelna lub budzi wątpliwości, co do jej prawdziwości.

## 8. Zasady składania oferty przez podmioty występujące wspólnie:

- 8.1. Wykonawcy wspólnie ubiegający się o udzielenie zamówienia ustanawiają pełnomocnika do reprezentowania ich w postępowaniu o udzielenie zamówienia albo reprezentowania w postępowaniu i zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego;
  - 8.2. pełnomocnictwo należy załączyć do oferty w oryginale lub kopii poświadczonej notarialnie;
  - 8.3. przepisy dot. Wykonawcy stosuje się odpowiednio do Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia;
  - 8.4. jeżeli oferta Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia została wybrana, Zamawiający może żądać przed zawarciem umowy w sprawie zamówienia publicznego umowy regulującej współpracę tych Wykonawców.
9. Wykonawcy mający siedzibę poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, składają dokumenty zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Rozwoju z dnia 26 lipca 2016 r. w sprawie rodzajów dokumentów, jakich może żądać zamawiający od wykonawcy w postępowaniu o udzielenie zamówienia.
  10. W przypadku wątpliwości co do treści dokumentu złożonego przez Wykonawcę, zamawiający może zwrócić się do właściwych organów odpowiedniego kraju, w którym wykonawca ma siedzibę lub miejsce zamieszkania lub miejsce zamieszkania ma osoba, której dokument dotyczy, o udzielenie niezbędnych informacji dotyczących tego dokumentu.

## ROZDZIAŁ VI

### OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY

1. Oferta musi być sporządzona dokładnie wg formularza ofertowego stanowiącego *Załącznik Nr 1 do SIWZ* lub na nim.
2. Oferta musi być sporządzona z zachowaniem formy pisemnej pod rygorem nieważności. Zamawiający nie dopuszcza składania oferty w postaci elektronicznej.
3. Oferta wraz z załącznikami musi być czytelna. W celach porządkowych zaleca się, aby oferta była spięta, miała ponumerowane kartki oraz miała wykazaną łączną liczbę kartek oraz liczbę załączników.
4. Oferta wraz z załącznikami musi być podpisana przez Wykonawcę lub osobę upoważnioną do reprezentowania Wykonawcy.
5. Zamawiający zaleca, aby ofertę podpisano zgodnie z zasadami reprezentacji wskazanymi we właściwym rejestrze.
6. Jeżeli osoba podpisująca ofertę działa na podstawie pełnomocnictwa, to pełnomocnictwo to musi w swej treści jednoznacznie wskazywać uprawnienie do podpisania oferty. **Pełnomocnictwo musi zostać złożone w oryginale lub notarialnie poświadczonej kopii.**

7. Oferta wraz z załącznikami musi być sporządzona w języku polskim. Każdy dokument składający się na ofertę sporządzony w innym języku niż język polski, powinien być złożony wraz z tłumaczeniem na język polski, poświadczonym przez Wykonawcę.
8. Wykonawca ponosi wszelkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.
9. Wszelkie błędy w zapisach oferty powinny być poprawione przez skreślenie dotychczasowej treści i wpisanie nowej, z zachowaniem czytelności błędnego zapisu oraz podpisanie poprawki przez osobę podpisującą ofertę.
10. **Na ofertę składają się:**
  - 10.1. formularz ofertowy – ***Załącznik Nr 1 do SIWZ;***
  - 10.2. aktualne na dzień składania ofert oświadczenia, których wzór zawiera ***Załącznik Nr 2*** oraz ***Załącznik Nr 3 do SIWZ;***
  - 10.3. pełnomocnictwo do reprezentowania:
    - a) wymagane w przypadku, gdy Wykonawcę reprezentuje w postępowaniu osoba bądź osoby, których uprawnienie do reprezentowania nie wynika bezpośrednio z innych dokumentów. Pełnomocnictwo należy przedłożyć w formie oryginału lub kopii poświadczonej przez notariusza;
    - b) wymagane w przypadku, gdy Wykonawcy wspólnie ubiegają się o udzielenie zamówienia, zgodnie z ust. 9 pkt. 9.1. Rozdział V niniejszej SIWZ;
11. **Wszystkie dokumenty należy złożyć w oryginale lub kopii poświadczonej „za zgodność z oryginałem” przez Wykonawcę lub osobę upoważnioną, z wyłączeniem pełnomocnictwa, które musi zostać złożone w formie oryginału lub notarialnie poświadczonej kopii.**
12. Żadne dokumenty wchodzące w skład oferty, w tym również te przedstawione w formie oryginałów, nie podlegają zwrotowi przez Zamawiającego, z zastrzeżeniem ust. 18 niniejszego Rozdziału.
13. Każdy Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę. Złożenie więcej niż jednej oferty lub złożenie oferty zawierającej propozycje alternatywne spowoduje odrzucenie wszystkich ofert złożonych przez Wykonawcę.
14. Ofertę należy sporządzić zgodnie z wymaganiami niniejszej SIWZ.
15. Ofertę wraz z pozostałymi dokumentami i oświadczeniami należy umieścić w zamkniętej kopercie, uniemożliwiającej przypadkowe zapoznanie się z treścią oferty przed terminem otwarcia ofert. Koperta powinna być oznaczona nazwą (firmą) i adresem Wykonawcy, zaadresowana na adres Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Katowicach w następujący sposób:

**Nazwa (firma) Wykonawcy**  
**Adres, nr telefonu lub e-mail Wykonawcy**

**Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach**  
**ul. Kościuszki 30**  
**40-048 Katowice**  
**pok. 210 – Kancelaria**

**OFERTA PRZETARGOWA**

**Kampania w Internecie promująca Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego  
(RPO WSL) i Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój (PO WER)**

**PN/4/20**

**Nie otwierać przed dniem 14 lipca 2020 r., godz. 11.15**

16. Jeżeli oferta zostanie złożona w inny sposób, niż opisany w ust. 15 niniejszego Rozdziału, to jest nie zostanie opisana zgodnie ze wskazaniami Zamawiającego, Zamawiający nie bierze odpowiedzialności za nieprawidłowe jej skierowanie, czy przedwczesne lub przypadkowe otwarcie oferty.
17. W przypadku dostarczenia oferty pocztą kurierską lub za pośrednictwem placówki pocztowej, Wykonawca zobowiązany jest dostarczyć przesyłkę na adres podany w Rozdziale I ust. 1 niniejszej SIWZ przed upływem wyznaczonego na składanie ofert terminu.
18. Oferta otrzymana przez Zamawiającego po terminie składania ofert zostanie niezwłocznie zwrócona Wykonawcy bez otwierania. Zamawiający zawiadomi Wykonawcę o fakcie złożenia oferty po upływie wyznaczonego na składanie ofert terminu.
19. Wykonawca może wprowadzić zmiany, poprawki, modyfikacje i uzupełnienia do złożonej oferty pod warunkiem, że Zamawiający otrzyma pisemne zawiadomienie o wprowadzeniu zmian przed upływem terminu wyznaczonego na składanie ofert. Powiadomienie o wprowadzeniu zmian musi być złożone według takich samych zasad, jak składana oferta oraz opisane zgodnie z ust. 15 niniejszego Rozdziału w kopercie dodatkowo oznaczonej napisem „ZMIANA”. Koperty oznaczone napisem „ZMIANA” zostaną otwarte przy otwieraniu oferty Wykonawcy, który wprowadził zmiany i po stwierdzeniu poprawności dokonanych zmian zostaną dołączone do tej oferty.
20. Wykonawca ma prawo przed upływem terminu wyznaczonego na składanie ofert wycofać się z niniejszego postępowania poprzez złożenie pisemnego powiadomienia, według tych samych zasad jak wprowadzenie zmian i poprawek, zgodnie z opisem w ust. 15 niniejszego Rozdziału, z napisem na kopercie „WYCOFANIE”. Koperty oznakowane w ten sposób będą otwierane w pierwszej kolejności po potwierdzeniu poprawności postępowania Wykonawcy oraz zgodności z danymi zamieszczonymi na kopercie wycofywanej oferty. Koperty z ofertami wycofywanymi nie będą otwierane.

21. Złożona oferta wraz z załącznikami będzie jawna, z wyjątkiem informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, co do których Wykonawca składając ofertę zastrzegł oraz wykazał, iż zastrzeżone informacje stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa. Wykonawca nie może zastrzec informacji, o których mowa w art. 86 ust. 4 ustawy. Nie można również zastrzec informacji, które można uzyskać w zwykłym, dozwolonym toku czynności, a także jeżeli obowiązek ujawnienia informacji wynika z odrębnych przepisów, na przykład nie można zastrzec informacji znajdujących się w Krajowym Rejestrze Sądowym, czy też Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej.
22. W przypadku, gdy Wykonawca nie wykaże, że zastrzeżone informacje stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu art. 11 ust. 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 1010 z późn. zm.) Zamawiający uzna zastrzeżenie tajemnicy za bezskuteczne, o czym poinformuje Wykonawcę. Zgodnie z tym przepisem przez tajemnicę przedsiębiorstwa rozumie się nieujawnione do wiadomości publicznej informacje techniczne, technologiczne, organizacyjne przedsiębiorstwa lub inne informacje posiadające wartość gospodarczą, co do których przedsiębiorca podjął niezbędne działania w celu zachowania ich poufności.
23. Informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa, powinny być zgrupowane i stanowić oddzielną część oferty, opisaną w następujący sposób: „tajemnica przedsiębiorstwa – tylko do wglądu przez Zamawiającego”. Zaleca się, aby przedmiotowe informacje wraz z uzasadnieniem i ewentualnymi dowodami były trwale, oddzielnie spięte.
24. Po otwarciu złożonych ofert, Wykonawca, który będzie chciał skorzystać z jawności dokumentacji z postępowania (protokołu), w tym ofert, musi wystąpić w tej sprawie do zamawiającego ze stosownym wnioskiem.

## **ROZDZIAŁ VII**

### **OPIS SPOSOBU UDZIELANIA WYJAŚNIEŃ TREŚCI SIWZ**

1. Wykonawca może zwrócić się do Zamawiającego o wyjaśnienie treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia. Zamawiający jest zobowiązany udzielić wyjaśnień niezwłocznie, jednak nie później niż na 2 dni przed upływem terminu składania ofert, pod warunkiem, że wniosek o wyjaśnienie treści specyfikacji istotnych warunków zamówienia wpłynął do Zamawiającego nie później niż do końca dnia, w którym upływa połowa wyznaczonego terminu składania ofert.

Korespondencję należy kierować na adres: Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach, ul. Kościuszki 30, 40-048 Katowice lub e-mailem na adres: [wup@wup-katowice.pl](mailto:wup@wup-katowice.pl) i/lub [zamowienia@wup-katowice.pl](mailto:zamowienia@wup-katowice.pl)

**W korespondencji każdorazowo należy powoływać się na numer postępowania – PN/4/20.**

2. Jeżeli wniosek o wyjaśnienie treści SIWZ wpłynął po upływie terminu składania wniosku, lub dotyczy udzielonych wyjaśnień, Zamawiający może udzielić wyjaśnień albo pozostawić wniosek bez rozpoznania.
3. Zamawiający nie przewiduje zebrania wszystkich Wykonawców w celu wyjaśnienia treści SIWZ.
4. Zamawiający przedłuży termin składania ofert, jeżeli w wyniku modyfikacji SIWZ niezbędny będzie dodatkowy czas na wprowadzenie zmian w ofertach oraz niezwłocznie powiadomi o tym wszystkich Wykonawców oraz zamieści taką informację na własnej stronie internetowej <http://wup.katowice.ibip.pl> pod ogłoszeniem postępowania.

## **ROZDZIAŁ VIII**

### **INFORMACJE O SPOSOBIE POROZUMIEWANIA SIĘ Z WYKONAWCAMI ORAZ PRZEKAZYWANIA OŚWIADCZEŃ I DOKUMENTÓW, A TAKŻE WSKAZANIE OSÓB UPRAWNIONYCH DO POROZUMIEWANIA SIĘ Z WYKONAWCAMI**

1. Postępowanie o udzielenie zamówienia prowadzi się w języku polskim
2. Oświadczenia, wnioski, wezwania, zawiadomienia, wyjaśnienia oraz informacje przekazywane pomiędzy Zamawiającym i Wykonawcą/Wykonawcami mogą być przekazywane za pośrednictwem faksu lub poczty elektronicznej (w formie pliku PDF lub doc.) na adres: **[zamowienia@wup-katowice.pl](mailto:zamowienia@wup-katowice.pl)** i/lub **[wup@wup-katowice.pl](mailto:wup@wup-katowice.pl)**, z zastrzeżeniem pkt. 3. Zamawiający przekazuje informacje za pośrednictwem faksu lub poczty elektronicznej. Zawsze dopuszczalna jest forma pisemna, z zastrzeżeniem wyjątków przewidzianych w ustawie PZP.
3. Forma pisemna zastrzeżona jest do złożenia oferty, w tym oświadczeń i dokumentów potwierdzających spełnianie warunków udziału w postępowaniu, oświadczeń o braku podstaw do wykluczenia, listy podmiotów należących do tej samej grupy kapitałowej, o której mowa w art. 24 ust. 1 pkt 23 ustawy Pzp/informacji o tym, że Wykonawca nie należy do grupy kapitałowej, pełnomocnictwa oraz uzupełnień, złożonych na wezwanie Zamawiającego.
4. Zamawiający dopuszcza możliwość złożenia dokumentów wymienionych w pkt. 3 w postaci elektronicznej, jednakże muszą one zostać opatrzone kwalifikowanym podpisem elektronicznym, z wyjątkiem oferty wraz z załącznikami i pełnomocnictwa, które należy złożyć w formie pisemnej pod rygorem nieważności.

5. Jeżeli Zamawiający lub Wykonawca przekazują oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje za pośrednictwem faksu lub przy użyciu środków komunikacji elektronicznej, każda ze stron na żądanie drugiej strony niezwłocznie potwierdza fakt ich otrzymania.
6. W przypadku braku potwierdzenia otrzymania wiadomości przez Wykonawcę, Zamawiający domniema, iż pismo wysłane przez Zamawiającego na numer faksu lub na adres poczty elektronicznej wskazany w ofercie zostało mu doręczone w sposób, który umożliwił Wykonawcy zapoznanie się z treścią pisma.
7. Oświadczenia, wnioski, zawiadomienia oraz informacje uważa się za złożone w terminie, jeżeli ich treść dotarła do adresata przed upływem terminu.
8. Osobami uprawnionymi do kontaktów z Wykonawcami są:
  - a. w sprawach dotyczących przedmiotu zamówienia:

Magdalena Kmiec-Czekała  
Arkadiusz Kaczor
  - b. w sprawach dotyczących procedury:

Joanna Pierzchała  
Marta Niedziela-Janik

e-mail: **zamowienia@wup-katowice.pl** i/lub **wup@wup-katowice.pl**  
od poniedziałku do piątku w godzinach od 7.00 do 15.00.

## **ROZDZIAŁ IX**

### **TERMIN ZWIĄZANIA OFERTĄ**

1. Termin związania ofertą wynosi 30 dni.
2. Bieg terminu związania ofertą rozpoczyna się wraz z upływem terminu składania ofert.
3. Wykonawca samodzielnie lub na wniosek Zamawiającego może przedłużyć termin związania ofertą, z tym, że Zamawiający może tylko raz, co najmniej na 3 dni przed upływem terminu związania ofertą, zwrócić się do Wykonawców o wyrażenie zgody na przedłużenie tego terminu o oznaczony okres, nie dłuższy jednak niż 60 dni.
4. Na podstawie art. 89 ust.1 pkt. 7a ustawy Zamawiający odrzuci ofertę, jeżeli Wykonawca nie wyrazi zgody, o której mowa w ust. 3 niniejszego Rozdziału.

## **ROZDZIAŁ X**

### **OPIS SPOSOBU OBLICZENIA CENY OFERTY:**

1. Wykonawca określa cenę realizacji zamówienia poprzez wskazanie w Formularzu ofertowym sporządzonym według wzoru stanowiącego *Załącznik Nr 1 do SIWZ* łącznej ceny ofertowej brutto za realizację przedmiotu zamówienia.



2. Łączna cena ofertowa brutto musi uwzględniać wszystkie koszty związane z realizacją przedmiotu zamówienia zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia oraz wzorem umowy określonym w niniejszej SIWZ.
3. Obliczenia ceny należy dokonać zgodnie z matematyczną zasadą zaokrąglania.
4. Cena powinna być wyrażona w złotych.
5. Wartość zamówienia (cenę) należy obliczyć na podstawie tabeli zawartej w formularzu ofertowym. Łączną wartość brutto zamówienia należy obliczyć w następujący sposób:  
**Wartość zamówienia Kampanii RPO WSL + Wartość zamówienia Kampanii PO WER = Łączna wartość zamówienia (cena).**  
Obliczona w ten sposób cena stanowić będzie cenę, za którą Wykonawca wykona zamówienie.
6. Zamawiający poprawi w treści oferty oczywiste omyłki rachunkowe w obliczeniu ceny, zgodnie z art. 87 ust. 2 ustawy, stosując zasadę arytmetyki, to jest przyjmując za prawidłową Wartość zamówienia Kampanii RPO WSL oraz Wartość zamówienia Kampanii PO WER oferowane przez Wykonawcę, które następnie zsumuje uzyskując łączną wartość zamówienia.
7. Jeżeli zaoferowana przez Wykonawcę cena całkowita oferty będzie niższa niż 30% od wartości zamówienia powiększonej o należny podatek od towarów i usług, ustalonej przed wszczęciem postępowania zgodnie z art. 35 ust. 1 i 2 ustawy lub średniej arytmetycznej cen wszystkich złożonych ofert, Zamawiający zwróci się do Wykonawcy o udzielenie wyjaśnień, w tym złożenia dowodów, dotyczących wyliczenia ceny mających wpływ na jej wysokość. Obowiązek wykazania, że oferta nie zawiera rażąco niskiej ceny, spoczywa na Wykonawcy.
8. Zamawiający odrzuci ofertę Wykonawcy, który nie udzieli wyjaśnień, o których mowa w ust. 7 niniejszego Rozdziału lub jeżeli dokonana ocena przedmiotowych wyjaśnień wraz ze złożonymi dowodami potwierdzać będzie, że oferta zawiera rażąco niską cenę w stosunku do przedmiotu niniejszego zamówienia.
9. Jeżeli w postępowaniu złożona zostanie oferta, której wybór prowadziłby do powstania u Zamawiającego obowiązku podatkowego zgodnie z przepisami o podatku od towarów i usług Zamawiający w celu oceny takiej oferty doliczy do przedstawionej w niej ceny podatek od towarów i usług, który miałby obowiązek rozliczyć zgodnie z tymi przepisami. W takim przypadku Wykonawca, składając ofertę, jest zobligowany poinformować zamawiającego, że wybór jego oferty będzie prowadzić do powstania u zamawiającego obowiązku podatkowego, wskazując nazwę usługi, których świadczenie będzie prowadzić do jego powstania, oraz wskazując ich wartość bez kwoty podatku.

## **ROZDZIAŁ XI**

### **WYMAGANIA DOTYCZĄCE WADIUM**

Zamawiający nie żąda wniesienia wadium.

## **ROZDZIAŁ XII**

### **WYMAGANIA DOTYCZĄCE ZABEZPIECZENIA NALEŻYTEGO WYKONANIA UMOWY**

Zamawiający nie będzie żądał od Wykonawcy zabezpieczenia należytego wykonania umowy.

## **ROZDZIAŁ XIII**

### **MIEJSCE I TERMIN SKŁADANIA OFERT**

Ofertę wraz z pozostałymi dokumentami i oświadczeniami należy złożyć osobiście, za pośrednictwem operatora pocztowego lub kuriera w siedzibie Zamawiającego, tj. w Wojewódzkim Urzędzie Pracy w Katowicach, ul. Kościuszki 30, 40-048 Katowice, w Kancelarii Urzędu – pokój nr 210 (II piętro), **w terminie do dnia 14 lipca 2020 r. do godziny 11.00.** W związku z wystąpieniem stanu epidemii i Zarządzeniem Dyrektora WUP w Katowicach dot. procedur obsługi Interesantów, Wykonawca chcący osobiście złożyć ofertę w siedzibie WUP zobowiązany jest do wcześniejszego skontaktowania się z pracownikami Zespołu ds. Zamówień Publicznych pod numerem telefonu: **+48 (32) 757 33 61.** O zachowaniu terminu decyduje data wpływu oferty do siedziby Zamawiającego.

## **ROZDZIAŁ XIV**

### **MIEJSCE I TERMIN OTWARCIA OFERT**

1. Otwarcie ofert nastąpi w dniu **14 lipca 2020 r. o godzinie 11:15** w siedzibie Zamawiającego: Katowice, ul. Kościuszki 30, II piętro, pokój 221.
2. Decydujące znaczenie dla oceny zachowania terminu składania ofert ma data i godzina wpływu oferty do Zamawiającego, a nie data jej wysłania przesyłką pocztową czy kurierską.
3. Bezpośrednio przed otwarciem ofert Zamawiający poda kwotę, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia.
4. Podczas otwarcia ofert Zamawiający odczyta informacje, o których mowa w art. 86 ust. 4 ustawy.
5. Otwarcie ofert jest jawne.
6. Niezwłocznie po otwarciu ofert Zamawiający zamieści na stronie: <http://wup.katowice.ibip.pl/public/> w zakładce „**Informacja z otwarcia ofert**” informacje dotyczące:
  - a) kwoty, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia;
  - b) firm oraz adresów wykonawców, którzy złożyli oferty w terminie;
  - c) ceny oraz terminu wykonania zamówienia zawartych w ofertach.

## ROZDZIAŁ XV

### OPIS KRYTERIÓW, KTÓRYMI ZAMAWIAJĄCY BĘDZIE SIĘ KIEROWAŁ PRZY WYBORZE OFERTY WRAZ Z PODANIEM ZNACZENIA TYCH KRYTERIÓW ORAZ SPOSÓB OCENY OFERT:

Oceni zostaną poddane oferty niepodlegające odrzuceniu.

1. Przyznawanie ilości punktów poszczególnym ofertom odbywać się będzie wg następującej zasady:

#### 1.1. Kryterium: Cena - waga: 60%

Ocena punktowa wskazanego kryterium dokonana zostanie zgodnie z formułą:

$$P1 = \frac{\text{Najniższa cena brutto spośród ważnych ofert}}{\text{Cena brutto badanej oferty}} \times 60\% \times 100 \text{ pkt}$$

**P1= punkty za kryterium cenowe**

**1.2. Kryterium osiągnięcia wskaźnika mediowego - ilość klikniętych maili (CPC) przez unikalnych użytkowników w ramach każdej z 8 grup tematycznych reklam (5 grup w ramach kampanii RPO WSL i 3 grupy w ramach kampanii PO WER): min. 100 max. 150 – waga: 15%**

*Wymagana ilość klikniętych maili (CPC) przez unikalnych użytkowników w ramach każdej z 8 grup tematycznych reklam to 100. Zamawiający przyzna dodatkowe punkty Wykonawcy, który zaproponuje w ofercie większą ilość klikniętych maili (CPC) przez unikalnych użytkowników, nie większą jednak niż 150.*

*Liczba punktów, którą uzyska oferta Wykonawcy będzie obliczana zgodnie z wzorem:*

$$\frac{\text{ilość klikniętych maili (CPC), przez unikalnych użytkowników w ramach każdej z 8 grup tematycznych reklam, wskazana w ofercie}}{\text{najwyższa ilość klikniętych maili (CPC), przez unikalnych użytkowników w ramach każdej z 8 grup tematycznych reklam, spośród ważnych ofert}} \times 15\% \times 100 \text{ pkt}$$

W Formularzu ofertowym Wykonawca musi wskazać liczbę klikniętych maili (przekierowujących na stronę internetową) przez unikalnych użytkowników w ramach każdej z 8 grup tematycznych

reklam (5 grup w ramach kampanii RPO WSL i 3 grupy w ramach kampanii PO WER), tj. 100 - wymagane minimum + liczba kliknięć wskazana dodatkowo przez Wykonawcę:

- w przypadku wskazania przez Wykonawcę w Formularzu ofertowym liczby klikniętych maili w ramach każdej z 8 grup tematycznych reklam mniejszej niż wymagana przez Zamawiającego (100) Zamawiający ofertę odrzuci na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2 ustawy PZP;

- w przypadku nie wskazania przez Wykonawcę w formularzu ofertowym liczby klikniętych maili w ramach każdej z 8 grup tematycznych reklam, przyjmuje się, iż spełni wymogi osiągnięcia tych wartości na minimalnym poziomie tj. 100;

- w przypadku, gdy Wykonawca zadeklaruje osiągnięcie wartości na wyższym niż pożądanym maksymalnym w ramach każdej z 8 grup tematycznych reklam (150) poziom, przyjmuje się, iż spełni wymogi osiągnięcia tych wartości na maksymalnym poziomie wskazanym przez Zamawiającego tj. na poziomie 150.

**1.3. Kryterium osiągnięcia wskaźnika mediowego - ilość obejrzeń każdego z 7 filmów wideo (5 filmów w ramach kampanii RPO WSL i 2 filmy w ramach kampanii PO WER) – czas oglądania wyniesie min. 20% czasu trwania danego filmu – w obrębie kanału wideo i social media: min. 5 000 max. 7 500 – waga: 10%**

*Wymagana ilość obejrzeń każdego z 7 filmów wideo o długości min. 20% czasu trwania danego filmu w wyniku działań reklamowych w obrębie kanału wideo i social media to 5 000. Zamawiający przyzna dodatkowe punkty Wykonawcy, który zaproponuje w ofercie większą ilość obejrzeń, nie większą jednak niż 7 500.*

*Liczba punktów, którą uzyska oferta Wykonawcy będzie obliczana zgodnie z wzorem:*

ilość obejrzeń każdego z 7 filmów, gdzie czas oglądania wyniesie min. 20% czasu trwania danego filmu, w obrębie kanału wideo i social media, wskazana w ofercie

----- x 10% x 100 pkt

najwyższa ilość obejrzeń każdego z 7 filmów, gdzie czas oglądania wyniesie min. 20% czasu trwania danego filmu, w obrębie kanału wideo i social media, spośród ważnych ofert

W Formularzu ofertowym Wykonawca musi wskazać ilość obejrzeń każdego z 7 filmów wideo o długości min. 20% czasu trwania danego filmu, tj. 5 000 - wymagane minimum + ilość obejrzeń wskazanych dodatkowo przez Wykonawcę:

- w przypadku wskazania przez Wykonawcę w Formularzu ofertowym ilości obejrzeń każdego z 7 filmów wideo o długości min. 20% czasu trwania danego filmu mniejszej niż wymagana przez Zamawiającego (5 000) Zamawiający ofertę odrzuci na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2 ustawy PZP;
- w przypadku nie wskazania przez Wykonawcę w formularzu ofertowym ilości obejrzeń każdego z 7 filmów wideo o długości min. 20% czasu trwania danego filmu przyjmuje się, iż spełni wymogi osiągnięcia tych wartości na minimalnym poziomie tj. 5 000;
- w przypadku, gdy Wykonawca zadeklaruje osiągnięcie wartości na wyższym niż pożądanym maksymalnym (7 500) poziomie przyjmuje się, iż spełni wymogi osiągnięcia tych wartości na maksymalnym poziomie wskazanym przez Zamawiającego tj. na poziomie 7 500.

**1.4. Kryterium osiągnięcia wskaźnika mediowego - ilość kliknięć unikalnych użytkowników w reklamy linków sponsorowanych, w ramach każdej z 8 grup tematycznych (5 grup w ramach kampanii RPO WSL i 3 grupy w ramach kampanii PO WER): minimum 1 000, maksimum 1 500 – waga: 15%**

*Wymagana ilość kliknięć unikalnych użytkowników w reklamy linków sponsorowanych, w ramach każdej z 8 grup tematycznych, wynosi 1 000. Zamawiający przyzna dodatkowe punkty Wykonawcy, który zaproponuje w ofercie większą ilość kliknięć, nie większą jednak niż 1 500.*

*Liczba punktów, którą uzyska oferta Wykonawcy będzie obliczana zgodnie z wzorem:*

ilość kliknięć unikalnych użytkowników w reklamy linków sponsorowanych, w ramach każdej z 8 grup tematycznych, wskazana w ofercie

----- x 15% x 100 pkt

najwyższa ilość kliknięć unikalnych użytkowników w reklamy linków sponsorowanych, w ramach każdej z 8 grup tematycznych, spośród ważnych ofert

W Formularzu ofertowym Wykonawca musi wskazać ilość kliknięć unikalnych użytkowników w reklamy linków sponsorowanych, w ramach każdej z 8 grup tematycznych, tj. 1 000 - wymagane minimum + ilość kliknięć wskazanych dodatkowo przez Wykonawcę:

- w przypadku wskazania przez Wykonawcę w Formularzu ofertowym ilości kliknięć unikalnych użytkowników w reklamy linków sponsorowanych w ilości mniejszej niż wymagane przez Zamawiającego (1 000) Zamawiający ofertę odrzuci na podstawie art. 89 ust. 1 pkt 2 ustawy PZP;

- w przypadku nie wskazania przez Wykonawcę w formularzu ofertowym ilości kliknięć unikalnych użytkowników w reklamy linków sponsorowanych przyjmuje się, iż spełni wymogi osiągnięcia tych wartości na minimalnym poziomie tj. 1 000;
  - w przypadku, gdy Wykonawca zadeklaruje osiągnięcie wartości na wyższym niż pożądanym maksymalnym (1 500) poziomie przyjmuje się, iż spełni wymogi osiągnięcia tych wartości na maksymalnym poziomie wskazanym przez Zamawiającego tj. na poziomie 1 500.
2. Zamawiający za najkorzystniejszą uzna ofertę, która uzyska największą ilość (sumę) punktów obliczonych według wzorów podanych w rozdziale XV pkt. 1 SIWZ.
- 2.1. Suma liczby punktów otrzymanych za kryteria opisane w pkt. 1.1 – 1.4 stanowić będzie końcową ocenę oferty.
- 2.2. Jeżeli nie można wybrać najkorzystniejszej oferty z uwagi na to, że dwie lub więcej ofert przedstawia taki sam bilans ceny i innych kryteriów oceny ofert, Zamawiający spośród tych ofert wybiera ofertę z najniższą ceną, a jeżeli zostały złożone oferty o takiej samej cenie, Zamawiający wzywa Wykonawców, którzy złożyli te oferty, do złożenia w terminie określonym przez Zamawiającego ofert dodatkowych.

## **ROZDZIAŁ XVI**

### **INFORMACJA NA TEMAT MOŻLIWOŚCI ROZLICZANIA SIĘ W WALUTACH OBCYCH**

Zamawiający będzie rozliczał się z Wykonawcą wyłącznie w walucie polskiej, tj. w PLN.

## **ROZDZIAŁ XVII**

### **UDZIELENIE ZAMÓWIENIA:**

1. Zamawiający udzieli zamówienia Wykonawcy, którego oferta została oceniona jako najkorzystniejsza, w oparciu o podane w niniejszej Specyfikacji kryteria wyboru.
2. Zamawiający poinformuje niezwłocznie wszystkich Wykonawców o:
  - 2.1. wyborze najkorzystniejszej oferty, podając nazwę albo imię i nazwisko, siedzibę albo miejsce zamieszkania i adres, jeżeli jest miejscem wykonywania działalności Wykonawcy, którego ofertę wybrano, oraz nazwy albo imiona i nazwiska, siedziby albo miejsca zamieszkania i adresy, jeżeli są miejscami wykonywania działalności Wykonawców, którzy złożyli oferty, a także punktację przyznaną ofertom w każdym kryterium oceny ofert i łączną punktację,
  - 2.2. wykonawcach, którzy zostali wykluczeni;
  - 2.3. wykonawcach, których oferty zostały odrzucone, powodach odrzucenia oferty, a w przypadkach, o których mowa w art. 89 ust. 4 i 5 ustawy, braku równoważności lub braku spełniania wymagań dotyczących wydajności lub funkcjonalności;

- 2.4. unieważnieniu postępowania – podając uzasadnienie faktyczne i prawne.
3. Zamawiający udostępni informacje, o których mowa w ust. 2 pkt 2.1 i 2.4 niniejszego Rozdziału na stronie internetowej <http://wup.katowice.ibip.pl>.
4. Zamawiający zawrze umowę w sprawie zamówienia publicznego, z zastrzeżeniem art. 183 ustawy, w terminie określonym w art. 94 ustawy.
5. W przypadku udzielenia zamówienia przedsiębiorcom prowadzącym działalność w ramach spółki cywilnej, Zamawiający przed podpisaniem umowy zażąda złożenia umowy regulującej współpracę wspólników.
6. Jeżeli Wykonawca, którego oferta została wybrana uchyła się od zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego, Zamawiający może wybrać ofertę najkorzystniejszą spośród pozostałych ofert, bez przeprowadzania ich ponownej oceny, chyba że zachodzą przesłanki, o których mowa w art. 93 ust. 1 ustawy.

## **ROZDZIAŁ XVIII**

### **INFORMACJA W PRZYPADKU UNIEWAŻNIENIA POSTĘPOWANIA**

1. Zamawiający unieważnia postępowanie na warunkach określonych w art. 93 ust.1 ustawy.
2. Zamawiający może unieważnić postępowanie na warunkach określonych w art. 93 ust. 1a-1d ustawy.
3. O unieważnieniu postępowania Zamawiający zawiadomi, podając uzasadnienie faktyczne i prawne, równocześnie wszystkich Wykonawców, którzy:
  - 3.1. ubiegali się o udzielenie zamówienia – w przypadku unieważnienia postępowania przed upływem terminu składania ofert,
  - 3.2. złożyli oferty – w przypadku unieważnienia postępowania po upływie terminu składania ofert.

## **ROZDZIAŁ XIX**

### **ISTOTNE WARUNKI UMOWY**

1. Istotne dla stron postanowienia zawarte zostały w „Projekcie umowy” – *Załącznik Nr 4* do SIWZ.
2. Do umowy w sprawach zamówień publicznych, zwanych dalej „umową”, stosuje się przepisy ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1145 z późn. zm.) oraz ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1843).
3. Zakres świadczenia Wykonawcy wynikający z umowy jest tożsamy z jego zobowiązaniem zawartym w ofercie.
4. Zgodnie z art. 144 ustawy Zamawiający dopuszcza możliwość dokonania zmian postanowień niniejszej umowy w przypadku, gdy zmiana ma charakter nieistotny.

5. W razie zaistnienia istotnej zmiany okoliczności powodującej, że wykonanie umowy nie leży w interesie publicznym, czego nie można było przewidzieć w chwili zawarcia umowy, lub dalsze wykonywanie umowy może zagrozić istotnemu interesowi bezpieczeństwa państwa lub bezpieczeństwu publicznemu, Zamawiający może odstąpić od umowy w terminie 30 dni od dnia powzięcia wiadomości o tych okolicznościach.
6. W przypadku, o którym mowa w ust. 5. niniejszego Rozdziału Wykonawca może żądać wyłącznie wynagrodzenia należnego z tytułu wykonania części umowy.

## **ROZDZIAŁ XX**

### **INFORMACJE O OBOWIĄZKU OSOBISTEGO WYKONANIA PRZEZ WYKONAWCĘ KLUCZOWYCH CZĘŚCI ZAMÓWIENIA/ O PODWYKONAWCACH:**

1. Zamawiający nie dokonuje zastrzeżenia obowiązku osobistego wykonania przez Wykonawcę kluczowych części zamówienia o którym mowa w art. 36 a ust.2 ustawy.
2. Wykonawca, który zamierza wykonywać zamówienie przy udziale podwykonawcy, musi wyraźnie w ofercie wskazać, jaką część (zakres zamówienia) wykonywać będzie w jego imieniu podwykonawca. Należy w tym celu wypełnić kolumnę B i C tabeli w pkt 13 Formularza ofertowego, stanowiącego *Załącznik Nr 1 do niniejszej SIWZ*. W przypadku, gdy Wykonawca nie zamierza wykonywać zamówienia przy udziale podwykonawców, należy wpisać w formularzu oferty „nie dotyczy”. Brak powyższej informacji oznaczać będzie, że całość zamówienia zostanie zrealizowana samodzielnie przez Wykonawcę.

## **ROZDZIAŁ XXI**

### **POUCZENIE O ŚRODKACH OCHRONY PRAWNEJ PRZYSŁUGUJĄCYCH WYKONAWCY I INNYM OSOBOM W TOKU POSTĘPOWANIA O UDZIELENIE ZAMÓWIENIA:**

1. Każdemu Wykonawcy, a także innemu podmiotowi, jeżeli ma lub miał interes w uzyskaniu danego zamówienia oraz poniósł lub może ponieść szkodę w wyniku naruszenia przez Zamawiającego przepisów ustawy przysługują środki ochrony prawnej przewidziane w dziale VI ustawy jak dla postępowań poniżej kwoty określonej w przepisach wykonawczych wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 ustawy.
2. Środki ochrony prawnej wobec ogłoszenia o zamówieniu oraz SIWZ przysługują również organizacjom wpisanym na listę, o której mowa w art. 154 pkt 5 ustawy.

## **ROZDZIAŁ XXII**

### **KLAUZULA INFORMACYJNA DOTYCZĄCA OBOWIĄZKÓW ZAMAWIAJĄCEGO W SPRAWIE OCHRONY OSÓB FIZYCZNYCH W ZWIĄZKU Z PRZETWARZANIEM DANYCH OSOBOWYCH**



1. **Zgodnie z art. 13 ust. 1 i 2 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 (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1), dalej „RODO”, informuję, że:**
  - 1.1. Administratorem Pani/Pana danych osobowych jest Wojewódzki Urząd Pracy adres: ul. Kościuszki 30, 40-048 Katowice, tel: 32 757 33 60 fax: 32 757 33 62;
  - 1.2. Inspektorem ochrony danych osobowych w Wojewódzkim Urzędzie Pracy w Katowicach jest Pani Justyna Nowak, kontakt: [iod@wup-katowice.pl](mailto:iod@wup-katowice.pl), telefon: (32) 757 33 06;
  - 1.3. Pani/Pana dane osobowe przetwarzane będą na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c RODO w celu związanym z postępowaniem o udzielenie zamówienia publicznego PN/4/20 pn.: **Kampania w Internecie promująca Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego (RPO WSL) i Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój (PO WER)**;
  - 1.4. Odbiorcami Pani/Pana danych osobowych będą osoby lub podmioty, którym udostępniona zostanie dokumentacja postępowania w oparciu o art. 8 oraz art. 96 ust. 3 ustawy;
  - 1.5. Pani/Pana dane osobowe będą przechowywane, zgodnie z art. 97 ust. 1 ustawy PZP, przez okres 4 lat od dnia zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia, a jeżeli czas trwania umowy przekracza 4 lata, okres przechowywania obejmuje cały czas trwania umowy;
  - 1.6. Obowiązek podania przez Panią/Pana danych osobowych bezpośrednio Pani/Pana dotyczących jest wymogiem ustawowym określonym w przepisach ustawy, związanym z udziałem w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego; konsekwencje niepodania określonych danych wynikają z ustawy;
  - 1.7. W odniesieniu do Pani/Pana danych osobowych decyzje nie będą podejmowane w sposób zautomatyzowany, stosowanie do art. 22 RODO;
  - 1.8. Posiada Pani/Pan:
    - na podstawie art. 15 RODO prawo dostępu do danych osobowych Pani/Pana dotyczących;
    - na podstawie art. 16 RODO prawo do sprostowania Pani/Pana danych osobowych;
    - na podstawie art. 18 RODO prawo żądania od administratora ograniczenia przetwarzania danych osobowych z zastrzeżeniem przypadków, o których mowa w art. 18 ust. 2 RODO;
    - prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uzna Pani/Pan, że przetwarzanie danych osobowych Pani/Pana dotyczących narusza przepisy RODO;
  - 1.9. W przypadku gdy wykonanie obowiązków, o których mowa w art. 15 ust. 1-3 RODO, wymagałoby niewspółmiernie dużego wysiłku, zamawiający może żądać od osoby, której dane dotyczą, wskazania dodatkowych informacji mających na celu sprecyzowanie żądania,

w szczególności podania nazwy lub daty postępowania o udzielenie zamówienia publicznego lub konkursu;

1.10. Wystąpienie z żądaniem, o którym mowa w art. 18 ust. 1 RODO, nie ogranicza przetwarzania danych osobowych do czasu zakończenia postępowania o udzielenie zamówienia publicznego lub konkursu;

1.11. Nie przysługuje Pani/Panu:

- w związku z art. 17 ust. 3 lit. b, d lub e RODO prawo do usunięcia danych osobowych;
- prawo do przenoszenia danych osobowych, o którym mowa w art. 20 RODO;
- na podstawie art. 21 RODO prawo sprzeciwu, wobec przetwarzania danych osobowych, gdyż podstawą prawną przetwarzania Pani/Pana danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. c RODO.

**Z a t w i e r d z a m:**

*Z up. Dyrektora  
Wojewódzkiego Urzędu Pracy  
w Katowicach  
/ - / Marcin Flaczyński  
Wicedyrektor*

.....

Katowice, dnia 30 czerwca 2020 r.

**ZAŁĄCZNIK NR 1**  
**PN/4/20**

**FORMULARZ OFERTOWY**

**POSTĘPOWANIA PROWADZONEGO W TRYBIE PRZETARGU NIEOGRANICZONEGO**

Nazwa Wykonawcy: .....

Adres: .....

Nr telefonu: .....

Nr faksu: .....

E-mail (do kontaktu): .....

NIP<sup>1</sup> ..... REGON<sup>1</sup> .....

Wykonawca jest małym/średnim przedsiębiorcą: TAK / NIE (*skreślić niewłaściwe*)

Wykonawca pochodzi z innego państwa członkowskiego Unii Europejskiej:

TAK/ NIE (*skreślić niewłaściwe*)

Skrót literowy nazwy państwa: .....

Wykonawca pochodzi z innego państwa nie będącego członkiem Unii Europejskiej:

TAK/ NIE (*skreślić niewłaściwe*)

Skrót literowy nazwy państwa: .....

Ubiegając się o udzielenie zamówienia publicznego, prowadzonego przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach na **Kampanię w Internecie promującą Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego (RPO WSL) i Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój (PO WER)**

Składamy niniejszą ofertę na wykonanie zamówienia i:

<sup>1</sup> Należy podać dane dla wszystkich członków konsorcjum oraz pełnomocnika (jeżeli dotyczy)

- Oświadczam/y, że zapoznałem się/zapoznaliśmy się z wymogami Zamawiającego, dotyczącymi przedmiotu zamówienia, zamieszczonymi w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia wraz z załącznikami i nie wnoszę/wnosimy do nich żadnych zastrzeżeń.
- Oświadczam/y, że:  
Przedmiot zamówienia opisany w postępowaniu prowadzonym pod Nr **PN/4/20** oferuję/oferujemy wykonać za cenę:

**-brutto:** .....złotych(słownie: .....

.....złotych...../100).

Lp.	Kampania	Wartość zamówienia (brutto)
<b>1.</b>	<b>2.</b>	<b>3.</b>
1.	<b>Kampania RPO WSL, w tym:</b> Content marketing – artykuły sponsorowane; Kampania linków sponsorowanych; Reklama w mediach społecznościowych; Mailing reklamowy; Produkcja filmów wideo; Reklama wideo; Raport podsumowujący.	
2.	<b>Kampania PO WER, w tym:</b> Content marketing – artykuły sponsorowane; Kampania linków sponsorowanych; Reklama w mediach społecznościowych; Mailing promocyjny; Produkcja filmów wideo; Reklama wideo; Raport podsumowujący.	
<b>Łączna wartość zamówienia*</b>		

\* łączną wartość zamówienia uzyskamy w wyniku zsumowania wartości z wierszy 1-2 w kolumnie 3.

**Sposób obliczenia ceny wskazany został przez Zamawiającego w Rozdziale X ust. 5 niniejszej SIWZ**

- Ilość klikniętych maili (CPC) przez unikalnych użytkowników w ramach każdej z 8 grup tematycznych reklam (5 grup w ramach kampanii RPO WSL i 3 grupy w ramach kampanii PO WER): min. 100 max. 150 (zgodnie z rozdz. XV pkt. 1.2 SIWZ): .....
- Ilość obejrzeń każdego z 7 filmów wideo (5 filmów w ramach kampanii RPO WSL i 2 filmy w ramach kampanii PO WER) – czas oglądania wyniesie min. 20% czasu trwania danego filmu –

**w obrębie kanału wideo i social media: min. 5 000 max. 7 500 (zgodnie z rozdz. XV pkt. 1.3 SIWZ):**

.....

5. **Ilość kliknięć unikalnych użytkowników w reklamy linków sponsorowanych, w ramach każdej z 8 grup tematycznych (5 grup w ramach kampanii RPO WSL i 3 grupy w ramach kampanii PO WER): minimum 1 000, maksimum 1 500 (zgodnie z rozdz. XV pkt. 1.4 SIWZ): .....**
6. Oświadczam/y, że wyceniłem/wyceniliśmy wszystkie elementy niezbędne do prawidłowego wykonania zamówienia i zobowiązuję się/zobowiązujemy się do wykonania zadania objętego zamówieniem w terminach określonych w SIWZ i załącznikami.
7. Oświadczam/y, że uważam/y się za związanych niniejszą ofertą przez okres 30 dni od upływu terminu składania ofert.
8. Oświadczam/y, że zrealizuję/emy zamówienie zgodnie ze Specyfikacją Istotnych Warunków Zamówienia, Szczegółowym opisem przedmiotu zamówienia i wzorem umowy.
9. Oświadczam/y, że uzyskaliśmy wszelkie informacje niezbędne do prawidłowego przygotowania i złożenia niniejszej oferty.
10. Oświadczam/y, że w razie wybrania mojej/naszej oferty jako najkorzystniejszej zobowiązuję/emy się do podpisania umowy na warunkach określonych we wzorze umowy, w miejscu i terminie wyznaczonym przez Zamawiającego.
11. Oświadczam/y, że wypełniłem/wypełniliśmy obowiązki informacyjne przewidziane w art. 13 lub art. 14 RODO wobec osób fizycznych, od których dane osobowe bezpośrednio lub pośrednio pozyskałem/pozyskaliśmy w celu ubiegania się o udzielenie zamówienia publicznego w niniejszym postępowaniu.
12. Załącznikami do niniejszej oferty są: *(proszę wymienić wszystkie dokumenty przedkładane wraz z ofertą):*
  - 1) Formularz ofertowy
  - 2) .....
  - 3) .....
  - 4) .....
  - 5) .....
  - 6) .....

7) .....

13. Oświadczam/y, że zamierzam/y powierzyć realizację następujących części zamówienia podwykonawcom  
(wypełnić jeżeli dotyczy):

<i>Lp.</i>	<i>Części zamówienia, których wykonanie wykonawca zamierza powierzyć podwykonawcy</i>	<i>Nazwa podwykonawców, którzy wykonywać będą określoną w kolumnie B część zamówienia</i>
<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>
1.		
2.		
3.		

**Wartość lub procentowa część zamówienia**, jaka zostanie powierzona podwykonawcy lub podwykonawcom:

.....

.....  
/Miejscowość, data/

.....  
/Podpis Wykonawcy lub osoby upoważnionej/

**ZAŁĄCZNIK NR 2**  
**PN/4/20**

**OŚWIADCZENIE WYKONAWCY**

Składane na podstawie art. 25a ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r.

Prawo zamówień publicznych,

**DOTYCZĄCE PRZESŁANEK WYKLUCZENIA Z POSTĘPOWANIA**

Dane dotyczące Wykonawcy/Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia

.....  
/nazwa Wykonawcy ubiegającego się o udzielenie zamówienia/

Na potrzeby postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pn. ***Kampania w Internecie promująca Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego (RPO WSL) i Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój (PO WER)*** prowadzonego przez Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach, oświadczam, co następuje:

**I. OŚWIADCZENIA DOTYCZĄCE WYKONAWCY**

1. Oświadczam że nie podlegam wykluczeniu z postępowania na podstawie art. 24 ust. 1 pkt. 12-23 oraz art. 24 ust 5 ustawy.
2. Oświadczam, że zachodzą w stosunku do mnie podstawy wykluczenia z postępowania na podstawie art. .... ustawy (podać mająca zastosowanie ustawę wykluczenia spośród wymienionych w art. 24. Ust 1. Pkt. 13-14, 16-20 lub art. 24. Ust 5 ustawy). Jednocześnie oświadczam, że w związku z ww. okolicznością, na podstawie art. 24 ust 8 ustawy podjąłem następujące środki naprawcze:  
.....

**II. OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODMIOTU, NA KTÓREGO ZASOBY POWOŁUJE SIĘ WYKONAWCA:**

Oświadczam, że w stosunku do następującego/ych podmiotu/tów, na którego/ych zasoby powołuję się w niniejszym postępowaniu, tj.: .....(podać pełną nazwę/firmę, adres, a także w zależności od podmiotu: NIP/PESEL, KRS/CEiDG) nie zachodzą podstawy wykluczenia z postępowania o udzielenie zamówienia.

**III. OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODWYKONAWCY NIEBĘDĄCEGO PODMIOTEM,  
NA KTÓREGO ZASOBY POWOŁUJE SIĘ WYKONAWCA (jeżeli dotyczy):**

Oświadczam, że w stosunku do następującego/yh podmiotu/tów, będącego/yh podwykonawcą/ami:  
..... (podać pełną nazwę/firmę, adres,  
a także w zależności od podmiotu: NIP/PESEL, KRS/CEiDG), nie zachodzą podstawy wykluczenia  
z postępowania o udzielenie zamówienia.

**IV. OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODANYCH INFORMACJI:**

Oświadczam, że wszystkie informacje podane w powyższych oświadczeniach są aktualne  
i zgodne z prawdą oraz zostały przedstawione z pełną świadomością konsekwencji wprowadzenia zamawiającego  
w błąd przy przedstawianiu informacji.

Miejsce i data.....

Imię i nazwisko .....

Podpis.....

*/pełnomocniony przedstawiciel Wykonawcy zgodnie z aktem rejestrowym  
lub upoważniony Pełnomocnik/*



**ZAŁĄCZNIK NR 3  
PN/4/20**

**OŚWIADCZENIE WYKONAWCY**

Składane na podstawie art. 25a ust. 1 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r.

Prawo zamówień Publicznych,

**DOTYCZĄCE SPEŁNIENIA WARUNKÓW UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU**

Dane dotyczące Wykonawcy/Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia

.....  
*/nazwa Wykonawcy ubiegającego się o udzielenie zamówienia/*

Na potrzeby postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pn. ***Kampania w Internecie promująca Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego (RPO WSL) i Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój (PO WER)***, oświadczam, co następuje:

**I. INFORMACJA DOTYCZĄCA WYKONAWCY**

Oświadczam, że spełniam warunki udziału w postępowaniu określone przez Zamawiającego w SIWZ w rozdziale IV dotyczące posiadanej zdolności technicznej lub zawodowej.

**II. INFORMACJA W ZWIĄZKU Z POLEGANIEM NA ZASOBACH INNYCH PODMIOTÓW**

Oświadczam, że w celu spełnienia warunków udziału w postępowaniu, określonych przez Zamawiającego dotyczących posiadanej zdolności technicznej lub zawodowej, polegam na zasobach następującego/ych podmiotu/ów:

.....  
.....  
w następującym zakresie:

.....  
.....  
*(wskazać podmiot i określić odpowiedni zakres dla wskazanego podmiotu).*

### **III. OŚWIADCZENIE DOTYCZĄCE PODANYCH INFORMACJI:**

Oświadczam, że wszystkie informacje podane w powyższych oświadczeniach są aktualne i zgodne z prawdą oraz zostały przedstawione z pełną świadomością konsekwencji wprowadzenia zamawiającego w błąd przy przedstawianiu informacji.

Miejsce i data.....

Imię i nazwisko .....

Podpis.....

*/pełnomocniony przedstawiciel Wykonawcy zgodnie z aktem rejestrowym  
lub upoważniony Pełnomocnik/*



Unia Europejska  
Europejski Fundusz Społeczny



**ZAŁĄCZNIK NR 4**  
**PN/4/20**  
**Projekt umowy**

**UMOWA Nr /2020**

zawarta w dniu ..... 2020 r. w Katowicach, przy ulicy Kościuszki 30  
pomiędzy:

**Województwem Śląskim,**  
**Wojewódzkim Urzędem Pracy w Katowicach**  
z siedzibą przy **ul. Kościuszki 30, 40-048 Katowice**  
**NIP Województwa Śląskiego 954-277-00-64**

reprezentowanym przez:

.....  
*Dyrektora lub osobę upoważnioną*

**zwanym dalej „ZAMAWIAJĄCYM”**

a

.....  
**zwaną dalej „WYKONAWCĄ”**

## § 1

1. Umowa zawarta zostaje po przeprowadzeniu postępowania Nr **PN/4/20** o udzielenie zamówienia publicznego prowadzonego w trybie przetargu nieograniczonego zgodnie z art. 39 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 1843).
2. Dokumentacja prowadzona jest w Wydziale Logistyki, Informatyki i Zamówień Publicznych WUP pod Nr **PN/4/20** i łącznie z niniejszą umową stanowi całość postępowania.

## § 2

Przedmiotem niniejszej umowy jest **Kampania w Internecie promująca Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego (RPO WSL) i Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój (PO WER)**, zgodnie z ofertą złożoną w postępowaniu prowadzonym pod Nr PN/4/20.

## § 3

1. Wykonawca zobowiązuje się do wykonania zamówienia zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia stanowiącym załącznik Nr 1 do niniejszej umowy.
2. Wykonawca zobowiązany jest do wykonania Umowy z należytą starannością.
3. Wykonawca jest zobowiązany po realizacji całej kampanii do przekazania Zamawiającemu raportu z adserwera w formie elektronicznej i papierowej (ewentualnie skan dokumentu z podpisem Wykonawcy), obejmującego dane nt. skuteczności i efektywności dla wszystkich przeprowadzonych działań, w tym dane nt. deklarowanych i zrealizowanych wskaźników dla wszystkich działań. Dla stron internetowych: rpo.wup-katowice.pl, power.wup-katowice.pl i wybierz-zawod.eu wymagany jest kompletny raport Google Analytics (liczba wejść i odsłon, liczba realnych i unikalnych użytkowników, średni czas spędzony w witrynie, analiza źródeł ruchu, rekomendacje).
4. Wykonawca oświadcza, iż posiada umiejętności i kwalifikacje do wykonania usługi.
5. Wykonawca zobowiązuje się do zapewnienia co najmniej 1 copywritera/dziennikarza, co najmniej jednego grafika/rysownika oraz co najmniej 1 specjalisty ds. kampanii internetowych. Osobami zaangażowanymi do wykonania zamówienia są:
  - 5.1. Copywriter/dziennikarz: .....
  - 5.2. Grafik/rysownik: .....
  - 5.3. Specjalista ds. kampanii internetowych: .....
6. Wykonawca zobowiązuje się do przetwarzania danych osobowych zgodnie z Rozporządzeniem 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 (ogólne rozporządzenie o ochronie danych „RODO”).
7. Wykonawca zobowiązany jest w ramach realizacji umowy do zachowania spójnej koncepcji kreatywnej dla zaplanowanych w ramach kampanii działań. Komunikaty w poszczególnych mediach powinny się wzajemnie uzupełniać i wspierać, tak aby dawały efekt synergii.
8. Wykonawca oświadcza, iż:

- 8.1. ilość klikniętych maili (CPC) przez unikalnych użytkowników w ramach każdej z 8 grup tematycznych reklam (5 grup w ramach kampanii RPO WSL i 3 grupy w ramach kampanii PO WER) wyniesie:.....
- 8.2. ilość obejrzeń każdego z 7 filmów wideo (5 filmów w ramach kampanii RPO WSL i 2 filmy w ramach kampanii PO WER) – czas oglądania wyniesie min. 20% czasu trwania danego filmu – w obrębie kanału wideo i social media wyniesie:.....
- 8.3. ilość kliknięć unikalnych użytkowników w reklamy linków sponsorowanych, w ramach każdej z 8 grup tematycznych (5 grup w ramach kampanii RPO WSL i 3 grupy w ramach kampanii PO WER) wyniesie: .....

#### § 4

Zamówienie należy zrealizować w terminie do dnia 18 grudnia 2020 r.

#### § 5

1. W ramach wynagrodzenia, o którym mowa w § 6 ust. 1, z chwilą dostarczenia przez Wykonawcę Raportu podsumowującego kampanię, obejmującego dane na temat skuteczności i efektywności dla wszystkich przeprowadzonych działań (zwanymi dalej utworami) Wykonawca, przenosi bezzwrotnie na Zamawiającego na zasadzie wyłączności bez ograniczeń terytorialnych, czasowych i ilościowych, a Zamawiający przyjmuje całość autorskich praw majątkowych do wszystkich materiałów wytworzonych w ramach umowy, w tym do zdjęć, grafik, tekstów w nieograniczonej ilości wydań i wielkości nakładów, z prawem dalszego rozporządzania, udzielania licencji oraz zezwoleń na udzielanie sublicencji na wszystkich polach eksploatacji, o których mowa w art. 50 pkt. 1, 2 i 3 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tj. Dz. U. z 2019 r., poz. 1231 z późn. zm.), tj. w zakresie utrwalania i zwielokrotniania utworu - wytwarzanie określoną techniką egzemplarzy utworu, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową; w zakresie obrotu oryginałem albo egzemplarzami, na których utwór utrwalono - wprowadzanie do obrotu, użyczenie lub najem oryginału albo egzemplarzy; w zakresie rozpowszechniania utworu w sposób inny niż określony powyżej - publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie, a także publiczne udostępnianie utworu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym, w tym w szczególności:
  - 1.1. wykorzystywania utworu na stronie internetowej (stronach internetowych) służącej Zamawiającemu do prowadzenia działalności;
  - 1.2. tłumaczenia utworu na wszystkie języki;
  - 1.3. zastrzegania utworu jako chronione dobra własności przemysłowej;

- 1.4. używania utworu w reklamie lub promocji jakichkolwiek produktów i usług;
  - 1.5. swobodnego używania i korzystania z utworów oraz ich pojedynczych elementów w zakresie promocji i reklamy;
  - 1.6. rozwoju i ulepszania utworu;
  - 1.7. wprowadzania do obrotu w kraju i za granicą;
  - 1.8. wprowadzania do pamięci komputerów i serwerów sieci komputerowych oraz sieci multimedialnych;
  - 1.9. wykorzystywania utworu w radiu i telewizji, prasie drukowanej, w telefonach komórkowych, w nawigacjach GPS, w sieci Internet oraz w innych sieciach komputerowych i innych mediach podobnych;
  - 1.10. tworzenia i rozpowszechniania utworów zależnych;
  - 1.11. trwałego lub czasowego zwielokrotniania utworu w całości lub w części, jakimikolwiek środkami, i w jakiegokolwiek formie;
  - 1.12. tłumaczenia, przystosowywania, zmiany układu lub jakichkolwiek innych zmian w utworze;
  - 1.13. rozpowszechniania, w tym użyczania lub najmu utworu lub jego kopii.
2. Przeniesienie, o którym mowa w ust. 1 obejmuje również prawo zezwalania na wykonywanie zależnego prawa autorskiego odnośnie utworu.
  3. W przypadku zaistnienia konieczności rozszerzenia zakresu eksploatacji utworu o pola nie wymienione w Umowie, Strony w odrębnej umowie uregulują warunki przeniesienia praw majątkowych na nie objęte umową pola eksploatacji. Zamawiającemu przysługuje prawo pierwszeństwa w nabyciu praw do eksploatacji utworu na nie wymienionych w umowie polach eksploatacji.
  4. Wykonawca przenosi na Zamawiającego prawo do wszelkich oznaczeń będących elementem utworu, w tym do uzyskania prawa ochronnego na takie oznaczenia jak znaki towarowe lub oznaczenia geograficzne.
  5. Wykonawca oświadcza, iż zrzeka się pośrednictwa organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi przy wykonywaniu i zarządzaniu prawami autorskimi do utworu oraz we wszelkich czynnościach podobnych.
  6. Wykonawca we własnym zakresie zapewni zgody na wykorzystanie wizerunku bohaterów kampanii (np. artykułów sponsorowanych) oraz autoryzację ich wypowiedzi/wywiadów.

## § 6

1. Całkowita wartość zamówienia brutto wynosi ..... zł (słownie: .....  
..... 00/100), w tym:

- 1.1. cena realizacji kampanii RPO WSL wynosi ..... zł (słownie: .....  
..... złotych .... /100);
- 1.2. cena realizacji kampanii PO WER wynosi ..... zł (słownie: .....  
..... złotych .... /100).
2. Zapłata zostanie dokonana przelewem na rachunek podany przez Wykonawcę, w terminie 30 dni od daty otrzymania prawidłowo wystawionej faktury VAT.
3. Warunkiem zapłaty za usługę jest dostarczenie przez Wykonawcę raportu z kampanii, o którym mowa w § 3 ust.3
4. W przypadku złożenia faktury zawierającej błędy, termin o którym mowa w ust. 2 liczony będzie od dnia złożenia faktury korygującej.

## § 7

1. W przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania umowy Wykonawca zapłaci Zamawiającemu karę umowną w wysokości 20 % wartości brutto zamówienia, o której mowa w § 6 ust. 1 niniejszej umowy.
2. Wykonawca zapłaci Zamawiającemu kary umowne:
- a) za opóźnienie w wykonaniu przedmiotu umowy, w wysokości 0,4% wartości brutto zamówienia, o której mowa w § 6 ust. 1 niniejszej umowy, za każdy dzień opóźnienia;
- b) za opóźnienie w usunięciu wad w wysokości 0,4% wartości brutto zamówienia, o której mowa w § 6 ust. 1 niniejszej umowy, za każdy dzień opóźnienia liczony od ostatniego dnia wyznaczonego na usunięcie wad;
3. W przypadku odstąpienia przez Zamawiającego od umowy z powodu okoliczności, za które odpowiada Wykonawca, zapłaci on Zamawiającemu karę umowną w wysokości 20% wartości brutto zamówienia, o której mowa w § 6 ust. 1 niniejszej umowy.
4. W przypadku niedotrzymania terminu płatności faktury przez Zamawiającego zapłaci on Wykonawcy odsetki ustawowe za opóźnienie liczone od wartości faktury.
5. Zamawiającemu przysługuje prawo dochodzenia odszkodowania uzupełniającego na zasadach ogólnych, w przypadku gdy szkoda przewyższa wartość zastrzeżonych kar umownych.
6. Zamawiający zastrzega sobie prawo do potrącenia na podstawie art. 498 i dalszych Kodeksu Cywilnego z wartości brutto zamówienia wszelkich możliwych należności z tytułu kar umownych i innych odszkodowań, po uprzednim wezwaniu Wykonawcy do ich zapłaty.

## § 8

(jeżeli dotyczy)

1. Za działania lub zaniechania podmiotów, którym Wykonawca powierzył wykonanie części zamówienia, Wykonawca odpowiada jak za własne.
2. W trakcie realizacji umowy, Wykonawca może dokonać zmiany podwykonawcy, bądź z podwykonawcy zrezygnować (jeżeli dotyczy).
3. Jeżeli zmiana lub rezygnacja z podwykonawcy dotyczy podmiotu, na którego zasoby Wykonawca powoływał się na zasadach określonych w art. 22a ust. 1, 2 ustawy, Wykonawca zobowiązany jest wykazać Zamawiającemu, iż proponowany inny podwykonawca lub Wykonawca samodzielnie spełnia te warunki w stopniu nie mniejszym niż wymagany w trakcie postępowania o udzielenie zamówienia (jeżeli dotyczy). Wymieniona zmiana wymaga akceptacji Zamawiającego.
4. Zmiana podwykonawcy zaaprobowana w formie pisemnej przez Zamawiającego nie stanowi zmiany treści umowy.
5. W przypadku naruszenia postanowień ust. 3 Zamawiający może rozwiązać umowę ze skutkiem natychmiastowym.

## § 9

W przypadku niedotrzymania terminu realizacji zamówienia – **Zamawiający** może w terminie 7 dni odstąpić od umowy bez dodatkowego wezwania **Wykonawcy** do spełnienia świadczenia.

## § 10

1. Zamawiający dopuszcza możliwość wprowadzenia zmiany do niniejszej umowy w zakresie: **copywriter/dziennikarz, grafika/rysownika, specjalisty ds. kampanii internetowych**  
Warunki zmiany: zmianę taką dopuszcza się w sytuacji, gdy okaże się ona konieczna ze względu na śmierć lub chorobę bądź inną okoliczność dot. w/w personelu (uzasadnione przez Wykonawcę) wskazanego w ofercie. Warunkiem dokonania takiej zmiany jest poinformowanie Zamawiającego przez Wykonawcę o konieczności zmiany wraz z podaniem przyczyn oraz przekazanie Zamawiającemu do jego akceptacji danych osobowych wraz z informacją nt. kwalifikacji i doświadczenia zawodowego osób proponowanych w zastępstwie – Zał. nr 6 do SIWZ. Kwalifikacje i doświadczenie zawodowe w/w personelu zostały określone w SIWZ w rozdziale IV.
2. Zgodnie z art. 144 ustawy Zamawiający przewiduje możliwość dokonania zmian postanowień niniejszej umowy w przypadku, gdy zmiana ma charakter nieistotny.
3. W przypadku wystąpienia okoliczności prowadzących do zmiany niniejszej umowy, każda ze Stron występuje z wnioskiem na piśmie w sprawie możliwości dokonania takiej zmiany zgodnie z postanowieniami zawartymi w niniejszej umowie. Wniosek o dokonanie zmiany powinien zawierać w szczególności: opis i uzasadnienie zmiany oraz winien być poparty stosownymi



dokumentami potwierdzającymi konieczność dokonania zmiany – dotyczy to przypadków, kiedy dla potwierdzenia dokonania zmiany zasadnym jest przedłożenie odpowiednich dokumentów.

4. Dokonanie zmiany niniejszej umowy wymaga uprzedniej zgody Zamawiającego na jej dokonanie lub przedłożenia propozycji zmiany przez Zamawiającego. Jakiegokolwiek zmiany niniejszej umowy wymagają zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności i muszą być dokonane zgodnie z art. 144 ustawy.

### **§ 11**

W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową mają zastosowanie właściwe przepisy ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1145 z późn. zm.) oraz ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych (t.j. Dz. U. z 2019 r., poz. 1843).

### **§ 12**

Spory mogące wyniknąć na tle niniejszej umowy rozstrzygał będzie sąd właściwy dla siedziby Zamawiającego.

### **§ 13**

Umowę sporządzono w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, tj. dwa egzemplarze dla Zamawiającego oraz jeden dla Wykonawcy.

**ZAMAWIAJĄCY:**

**WYKONAWCA:**

-  
Załącznik:

- Opis przedmiotu zamówienia

## OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

### I. KAMPANIA RPO WSL

#### **1. Prezentacja przedmiotu kampanii**

Przedmiotem kampanii jest promocja możliwości oraz efektów wsparcia w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego w ramach działań wdrażanych przez WUP w Katowicach:

##### **1.1 Obszar: aktywizacja zawodowa**

- wsparcie dla osób po 30 roku życia: bezpłatne szkolenia, staże i praktyki zawodowe, subsydiowane zatrudnienie, doradztwo zawodowe i pośrednictwo pracy,

##### **1.2 Obszar: wzmacnianie potencjału adaptacyjnego przedsiębiorstw i ich pracowników**

- wsparcie dla firm: dofinansowanie od 50% do 80% usług rozwojowych (szkolenia i doradztwo) dla przedsiębiorstw MŚP i ich pracowników oraz osób samozatrudnionych w ramach Podmiotowego Systemu Finansowania,
- wsparcie dla przedsiębiorstw w ramach tzw. tarczy antykryzysowej finansowane z EFS w ramach projektów RPO WSL.

##### **1.3 Obszar: kształcenie ustawiczne i kompetencje kluczowe**

- bezpłatne szkolenia zawodowe dla dorosłych osób z woj. śląskiego oraz
- szkolenia językowe i informatyczne dla osób pracujących, należących do grup defaworyzowanych tj. osób o niskich kwalifikacjach, 50+, mieszkańców obszarów wiejskich itp.

##### **1.4 Obszar: przedsiębiorczość i samozatrudnienie**

- bezzwrotne dotacje na założenie własnej działalności gospodarczej dla mieszkańców woj. śląskiego, osób powyżej 30 roku życia.

## 1.5 Obszar: planowanie rozwoju zawodowego

- bezpłatny test predyspozycji zawodowych dla dorosłych dostępny on-line na stronie WUP w Katowicach <https://wybierz-zawod.eu>

Decyzja o ostatecznej szczegółowej tematyce materiałów w ramach kampanii zostanie podjęta po podpisaniu umowy z Wykonawcą, na etapie opracowywania materiałów, w zależności od bieżących potrzeb informacyjnych i dostępności projektów, na które może wpłynąć wystąpienie epidemii COVID-19. Nie wpłynie to natomiast na zakres przedmiotu kampanii wynikający z poniższego opisu przedmiotu zamówienia (ilość materiałów, które Wykonawca musi opracować, takich jak artykuły, filmy wideo, reklamy itp.).

## 2. Zadania dla Wykonawcy:

2.1 Stworzenie materiałów na potrzeby kampanii

2.2 Zaplanowanie i zakup mediów

2.3 Realizacja kampanii

2.4 Opracowanie raportu pokampanijnego.

## 3. Grupa docelowa kampanii:

3.1 **Obszar: aktywizacja zawodowa** - mieszkańcy woj. śląskiego, osoby od 30 do 65 roku życia, w tym:

- **osoby bezrobotne, bierne zawodowo**, zwłaszcza te znajdujące się w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy, tj.:

- kobiety,
- osoby powyżej 50 roku życia,
- osoby niepełnosprawne,
- osoby długotrwale bezrobotne,
- osoby o niskich kwalifikacjach (z wykształceniem maksymalnie średnim),

- reemigranci – do tej grupy zaliczani są również repatrianci,

- imigranci (w tym osoby polskiego pochodzenia),

- osoby ubogie pracujące (tj. osoby, których zarobki nie przekraczają płacy minimalnej),

- osoby odchodzące z rolnictwa i ich rodziny (osoby podlegające ubezpieczeniu emerytalno-rentowemu na podstawie ustawy z dnia 20 grudnia 1990 r. o ubezpieczeniu społecznym rolników (KRUS), zamierzający podjąć zatrudnienie lub inną działalność pozarolniczą,

- osoby zatrudnione na umowach krótkoterminowych oraz pracujący w ramach umów cywilnoprawnych, których miesięczne zarobki nie przekraczają wysokości minimalnego wynagrodzenia,
- osoby zainteresowane podwyższaniem swoich kwalifikacji.

**3.2 Obszar: wzmocnienie potencjału adaptacyjnego przedsiębiorstw i ich pracowników** - mieszkańcy woj. śląskiego, właściciele i kadra zarządzająca mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, pracownicy w/w przedsiębiorstw oraz osoby samozatrudnione.

**3.3 Obszar: kształcenie ustawiczne i kompetencje kluczowe** – mieszkańcy woj. śląskiego, osoby zatrudnione i nieaktywne zawodowo w wieku 18-65 lat, w szczególności o niskich kwalifikacjach, zainteresowane podwyższeniem swoich kwalifikacji.

**3.4 Obszar: przedsiębiorczość i samozatrudnienie** - mieszkańcy woj. śląskiego, osoby powyżej 30 roku życia (od dnia 30 urodzin) zainteresowane założeniem własnej działalności gospodarczej, w tym:

a) osoby bezrobotne, bierne zawodowo, zwłaszcza te znajdujące się w najtrudniejszej sytuacji na rynku pracy, tj.:

- osoby w wieku 50 lat i więcej;
- kobiety;
- osoby z niepełnosprawnościami;
- osoby długotrwale bezrobotne;
- osoby o niskich kwalifikacjach.

b) pozostałe grupy:

- reemigranci – do tej grupy zaliczani są również repatrianci;
- imigranci (w tym osoby polskiego pochodzenia);
- osoby ubogie pracujące;
- osoby odchodzące z rolnictwa i ich rodziny, zamierzające podjąć zatrudnienie lub inną działalność pozarolniczą;
- osoby zatrudnione na umowach krótkoterminowych oraz pracujący w ramach umów cywilnoprawnych, których miesięczne zarobki nie przekraczają wysokości minimalnego wynagrodzenia.

**3.5 Obszar: planowanie rozwoju zawodowego** - mieszkańcy woj. śląskiego, osoby w wieku 18-65 lat, zainteresowane diagnozą predyspozycji zawodowych.

#### **4. Zasięg kampanii:**

Kampania o zasięgu regionalnym – na obszarze województwa śląskiego.

## 5. Cele kampanii:

### 5.1 Cele główne:

- informowanie o dostępnych możliwościach wsparcia w ramach RPO WSL,
- edukacja oraz przygotowanie do korzystania z w/w możliwości,
- zachęta do udziału w projektach finansowanych z EFS poprzez pokazanie przykładów zrealizowanych projektów i/lub osób, które już skorzystały ze wsparcia,
- promocja efektów działania Funduszy Europejskich w regionie,
- promocja serwisu WUP w Katowicach tj. [rpo.wup-katowice.pl](http://rpo.wup-katowice.pl) oraz zwiększenie liczby odwiedzin,
- promocja nowej strony internetowej WUP z aplikacją testu predyspozycji zawodowych on-line <https://wybierz-zawod.eu> i zwiększenie liczby odwiedzin,
- promocja fanpage'a WUP w Katowicach <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>, zwiększenie liczby odwiedzin oraz poszerzenie społeczności poprzez większą liczbę polubień.

### 5.2 Cele dodatkowe:

- popularyzacja idei kształcenia ustawicznego i potrzeby rozwoju zawodowego,
- popularyzacja idei aktywnego poszukiwania pracy,
- popularyzacja idei samozatrudnienia i przedsiębiorczości.

## 6. Termin kampanii:

Kampania będzie realizowana **min. 5 tygodni** w okresie od **września do listopada br.** Szczegółowy harmonogram działań i konkretny czas ich trwania w ramach kampanii zostanie ustalony między Wykonawcą a Zamawiającym w terminie 5 dni roboczych od podpisania umowy. Szczegółowy harmonogram może ulec zmianie za zgodą Zamawiającego ze względu np. na konieczność dostosowania emisji do terminów naborów do projektów czy dostępność osób zaangażowanych do działań promocyjnych.

Dodatkowo działanie opisane w **pkt 10.5 oraz 11.3** będzie realizowane w trybie ciągłym: od dnia zasilenia przez Wykonawcę konta reklamowego na Facebooku środkami finansowymi zgodnie z pkt. 11.3, najpóźniej do **11 grudnia 2020 r.** Termin dostarczenia raportu z kampanii: **najpóźniej do 18 grudnia 2020 r.**

## 7. Spójność:

Wykonawca zobowiązany jest w ramach realizacji umowy do zachowania spójnej koncepcji kreatywnej dla zaplanowanych w ramach kampanii działań. Komunikaty w poszczególnych mediach powinny się wzajemnie uzupełniać i wspierać, tak aby dawały efekt synergii.

## **8. Elementy obowiązkowe:**

Wszystkie produkty kampanii muszą zostać odpowiednio oznakowane zgodnie z „Księgą identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020”, zgodnie z zasadami wskazanymi w „Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020” oraz w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji” – muszą zawierać zestaw logotypów. Wzory obowiązujących logotypów przekaże Wykonawcy Zamawiający w terminie do 2 dni roboczych od podpisania umowy.

## **9. Prawa autorskie:**

W sytuacjach, gdzie jest to możliwe, zdjęcia i grafiki, które zostaną wykorzystane w kampanii, powinny być autorskie. W uzasadnionych przypadkach (np. brak możliwości wykonania zdjęcia autorskiego, brak zgody bohatera kampanii na udostępnienie wizerunku) Zamawiający dopuszcza wykorzystanie zdjęć, grafik z banku – jednak po wcześniejszej zgodzie Zamawiającego. Zamawiający dopuszcza także wykorzystanie podkładów muzycznych z banku muzyki. Wszystkie teksty powinny być natomiast autorskie, stworzone specjalnie na potrzeby tej kampanii.

Wykonawca oświadcza, że przysługują mu wyłączne prawa autorskie do utworów powstałych w związku z wykonywaniem umowy, bez ograniczeń co do terytorium, czasu, liczby egzemplarzy i że przenosi te autorskie prawa majątkowe na Zamawiającego nieodpłatnie, z chwilą doręczenia przedmiotu umowy, na następujących polach eksploatacji:

- a) emitowanie w Internecie,
- b) utrwalanie i zwielokrotnianie dowolną techniką,
- c) rozpowszechnianie w dowolny sposób – w szczególności wyświetlanie, nadawanie,
- d) publiczne udostępnianie,
- e) wprowadzanie do pamięci komputera i sieci multimedialnych w nieograniczonych ilościach.

W przypadku takiej konieczności, Wykonawca we własnym zakresie zapewni zgody na wykorzystanie wizerunku bohaterów kampanii (np. artykułów sponsorowanych) oraz autoryzację ich wypowiedzi/wywiadów.

## 10. Narzędzia kampanii:

10.1 Content marketing – artykuły sponsorowane.

10.2 Kampania linków sponsorowanych w sieci wyszukiwania.

10.3 Mailing promocyjny

10.4 Reklama wideo

10.5 Reklama w mediach społecznościowych promująca oficjalny fanpage Zamawiającego  
<https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>

Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania reklam w formatach dostosowanych do urządzeń mobilnych oraz zaplanowania i zrealizowania **min. 50%** działań w kanale mobile.

## 11. Szczegółowe założenia realizacji działań:

### 11.1 Content marketing:

- **opracowanie treści i publikacja 4 artykułów** zachęcających do skorzystania ze wsparcia w ramach RPO WSL w oparciu o przykłady dobrych praktyk, tj. zrealizowanych projektów i osób/firm, które skorzystały ze wsparcia EFS. Artykuły o długości min. 2 800 max. 3 800 znaków ze spacjami. Publikacja na co najmniej jednym z największych serwisów/portali publicystyczno-informacyjnych (targetowanie na woj. śląskie), których liczba internautów wynosi minimum 18 mln (na podstawie zestawienia „TOP 20 wydawców (właściciele witryn i programów internetowych), z których korzysta najwięcej internautów – wszystkie urządzenia” w ramach badania Gemius PBI za kwiecień 2020) w działach tematycznie dopasowanych do treści artykułów (np. wiadomości, biznes, finanse, praca, edukacja, rozwój zawodowy i osobisty itp.). **Wykonawca opracuje treść artykułów w oparciu o przykłady dobrych praktyk (tj. zapewni wypowiedzi/wywiady z przedstawicielami beneficjentów i/lub osób, które skorzystały ze wsparcia EFS w ramach RPO WSL).** Do zadań Wykonawcy należy oprawa graficzna (w tym zdjęcia i/lub grafiki) i przygotowanie artykułów tak, by spełniały wymagania właścicieli portali. Zamawiający wymaga, by artykuły były stworzone z dbałością o formę i różnorodność środków wyrazu. Teksty mają być uzupełnione ciekawymi zdjęciami, infografikami czy informacjami przedstawionymi w wyróżniający się sposób, by przykuć uwagę czytelnika i zadbać o prostotę przekazu (np. infografika ułatwiająca zrozumienie procedur zamiast tekstu). Zamawiający wymaga, by Wykonawca przy wyborze zdjęć/grafik co do zasady korzystał z płatnych baz zdjęć/grafik (wyjątkowo po akceptacji Zamawiającego mogą zostać użyte zdjęcia/grafiki darmowe). Zamawiający wymaga uwzględnienia zdjęcia osoby przedstawianej

w publikacji (przedstawiciela lub uczestnika projektu), chyba, że dana osoba nie wyrazi zgody na publikację wizerunku.

### **Harmonogram działań:**

- Zamawiający przekaze Wykonawcy w terminie 2 dni roboczych od podpisania umowy materiały źródłowe na temat promowanych form wsparcia i grup docelowych opisanych w pkt. 1 i 3, wzory logotypów, listę projektów do wykorzystania w kampanii oraz listę firm, które wcześniej wyraziły zgodę na udział w działaniach promocyjnych WUP w Katowicach. Pozyskanie do współpracy konkretnych beneficjentów/osób korzystających z projektów leży po stronie Wykonawcy.
- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego w terminie 5 dni roboczych od podpisania umowy szczegółowy harmonogram obejmujący konkretne terminy prac nad artykułami,
- Wykonawca przedstawi do akceptacji serwis/serwisy internetowe, na których będą publikowane artykuły oraz harmonogram ich publikacji;
- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego listę konkretnych beneficjentów/osób korzystających z projektów wybranych do opisanie w artykułach,
- Wykonawca będzie przekazywał sukcesywnie do akceptacji Zamawiającego opracowane merytorycznie artykuły. Po akceptacji treści każdy artykuł zostanie opracowany graficznie i przekazany do akceptacji Zamawiającego,
- Zamawiający na każdym etapie prac akceptuje lub nanosi poprawki przekazanych materiałów w terminie **3 dni roboczych**,
- Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie **2 dni roboczych** od dnia ich przekazania,
- Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że artykuły zostaną przygotowane do publikacji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do **25 dni roboczych** od podpisania umowy.

Artykuły mogą być emitowane jednocześnie na serwisach internetowych.

**Wymagane wskaźniki: każdy z 4 artykułów** powinien mieć **min. 1 000 unikalnych użytkowników**. W celu osiągnięcia wskaźników Wykonawca powinien założyć autopromocję artykułów w obrębie serwisów, na których będą publikowane artykuły. Ewentualne zmiany terminów mogą nastąpić wyłącznie za zgodą Zamawiającego i muszą wynikać z przyczyn obiektywnych (np. problemy techniczne na portalach, nie leżące po stronie Wykonawcy). Ewentualne zmiany terminów nie mogą wpływać na ostateczny termin realizacji usługi i osiągnięcie wskaźników.



## 11.2 Kampania linków sponsorowanych

Przeprowadzenie kampanii za pośrednictwem reklam tekstowych w wynikach wyszukiwania wyszukiwarki indeksującej największą liczbę stron ze światowych zasobów Internetu z uwzględnieniem geotargetowania na obszar województwa śląskiego.

Na etapie realizacji Wykonawca przedstawi Zamawiającemu listę słów i fraz kluczowych (najpierw: 30; wzrost w trakcie trwania kampanii i docelowo: minimum 75 słów i fraz) zweryfikowanych uprzednio, którą Wykonawca zobowiązany jest odpowiednio pogrupować w co najmniej 5 grup odpowiadających obszarom i grupom wsparcia opisanym w pkt 1 i 3. Dla każdej z grup słów i fraz kluczowych Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania dwóch odrębnych treści reklam tekstowych w okresie trwania kampanii (5 grup tj. 10 treści reklam).

Treści przygotowanych reklam muszą mieć charakter informacyjny, promocyjny i angażujący potencjalnych odbiorców. Zamawiający zakłada, że reklama emitowana będzie minimum 3 tygodnie. Wykonawca zobowiązany jest do bieżącej optymalizacji działań, tj. wykluczania nieefektywnych słów kluczowych, dodawania nowych fraz, testowania stawek za kliknięcie – CPC (ang. Cost per Click), testowania różnych przekazów reklamowych, testowania harmonogramu reklam.

### Harmonogram działań:

- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego listę zweryfikowanych słów i fraz kluczowych, pogrupowanych w co najmniej 5 grup odpowiadających obszarom i grupom wsparcia opisanym w pkt 1 i 3;
- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego planowany termin kampanii linków sponsorowanych, tak by nie pokrywał się z terminem kampanii linków sponsorowanych promującej PO WER (dotyczy reklam przekierowujących na stronę [rpo.wup-katowice.pl](http://rpo.wup-katowice.pl));
- Wykonawca prześle do akceptacji Zamawiającemu proponowane treści reklam;
- Wykonawca opracuje graficznie zaakceptowane treści reklam i przedstawi do akceptacji Zamawiającego;
- Zamawiający na każdym etapie prac akceptuje lub nanosi poprawki przekazanych materiałów w terminie **3 dni roboczych**,
- Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie **2 dni roboczych** od dnia ich przekazania.

Szczegółowy harmonogram obejmujący konkretne terminy zostanie opracowany przez Wykonawcę i przedstawiony do akceptacji Zamawiającego w terminie **5 dni roboczych** od podpisania umowy. Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że reklamy zostaną przygotowane do publikacji

i zaakceptowane ostatecznie w terminie do **20 dni roboczych** od podpisania umowy. Ewentualne zmiany terminów mogą nastąpić wyłącznie za zgodą Zamawiającego i muszą wynikać z przyczyn obiektywnych (np. problemy techniczne nie leżące po stronie Wykonawcy). Ewentualne zmiany terminów nie mogą wpływać na ostateczny termin realizacji usługi i osiągnięcie wskaźników.

### **Wymagane wskaźniki:**

Minimalna ilość kliknięć unikalnych użytkowników w reklamy w ramach każdej z **5 grup tematycznych** to: **1 000**, maksymalna to: **1500**. **Łącznie**, w ramach całej kampanii linków sponsorowanych, minimum kliknięć w reklamy to: **5 000**, a maksimum: **7 500** (minimum będzie większe, o ile Wykonawca zaproponuje większą liczbę w ofercie).

Osiem (8) reklam, w ramach 4 grup tematycznych, będzie kierowało ruch do strony <https://rpo.wup-katowice.pl>.

Minimalny wymagany wskaźnik kliknięć w reklamy kierujące na stronę <https://rpo.wup-katowice.pl> **łącznie**, w ramach całej kampanii, określa się na: minimum 4 000, maksymalnie 6 000 kliknięć.

Dwie (2) reklamy, w ramach jednej grupy tematycznej, będą kierowały ruch do strony <https://wybierz-zawod.eu>.

Minimalny wymagany wskaźnik kliknięć w reklamy kierujące na stronę <https://wybierz-zawod.eu> **łącznie**, w ramach całej kampanii, określa się na: minimum 1 000, maksymalnie 1 500 kliknięć.

### **11.3 Reklama w mediach społecznościowych**

- Działanie w postaci publikacji reklam oraz postów sponsorowanych (zwanymi dalej reklamą) promujących treści dotyczące RPO WSL oraz stronę [wybierz-zawod.eu](https://wybierz-zawod.eu) w ramach oficjalnego profilu WUP w Katowicach na Facebooku <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>.
- Działania będą ukierunkowane na zwiększenie ruchu na witrynach [rpo.wup-katowice.pl](https://rpo.wup-katowice.pl) oraz <https://wybierz-zawod.eu>, a także zwiększanie zasięgu postów utworzonych na profilu <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy> dotyczących RPO WSL.
- Wykonawca zobowiązany jest przeznaczyć na zakup ww. reklam kwotę w wysokości 10.000,00 zł brutto. W celu realizacji tego działania w ramach kampanii Wykonawca utworzy Menadżera firmy na Facebooku (którego będzie administratorem) oraz aktywuje konto

reklamowe kampanii, które zostanie zasilone kwotą w wysokości 10.000,00 zł brutto w terminie 7 dni roboczych od podpisania umowy.

- Wykonawca przekaże Zamawiającemu (administratorowi/om <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>) – jako partnerowi, dostęp do Menadżera firmy oraz konta reklamowego niezwłocznie po ich utworzeniu i aktywacji.
- Zamawiający we własnym zakresie dokona publikacji reklam oraz odpowiednich ustawień (budżet reklamy, czas trwania, cel, grupa docelowa itd.).
- W ramach działania Wykonawca dokona wyboru formy działania płatnego (reklama/post) oraz opracuje zawartość **10 reklam** w postaci tekstów oraz grafik/zdjęć lub tekstów i materiałów wideo (materiały wideo będą obejmowały filmy zapewnione przez Zamawiającego oraz wyprodukowane w ramach niniejszej kampanii opisane w pkt. 11.5) - zgodnie z informacjami przekazanymi przez Zamawiającego
- Przekazany na konto reklamowe budżet może zostać wykorzystany także na promocję postów dotyczących RPO WSL opracowanych samodzielnie przez Zamawiającego, nie tylko na ww. 10 reklam opracowanych przez Wykonawcę.
- Wykonawca podczas tworzenia reklam zobowiązany jest korzystać z płatnych baz zdjęć/grafik, przy czym Zamawiający dopuszcza wyjątkowo użycie także darmowych zdjęć/grafik.
- Projekt zawartości każdej reklamy będzie wymagał akceptacji Zamawiającego. Zamawiający dokona akceptacji lub poprawek w terminie 2 dni roboczych.
- Zlecenie dotyczące przygotowania konkretnej reklamy Zamawiający będzie wysyłał minimum 3 dni robocze przed planowanym dniem publikacji. Za zgodą obu stron istnieje możliwość skrócenia czasu realizacji zlecenia do min. 1 dnia roboczego.
- Zamawiający, po akceptacji danego projektu reklamy, we własnym zakresie dokona publikacji oraz odpowiednich ustawień (budżet reklamy, czas trwania, cel itd.).
- Zamawiający obliguje się wykorzystać kwotę w wysokości 10.000,00 zł brutto na ww. reklamę na Facebooku w terminie najpóźniej do 11 grudnia br. ze względu na konieczność rozliczenia usługi,
- Wykonawca zapewni **łącznie** w okresie realizacji usługi min. 3 godziny zegarowe wsparcia doradczego dla pracowników WUP w zakresie efektywnej reklamy na Facebooku. Doradztwo w formie telefonicznej lub mailowej w godzinach pracy WUP w Katowicach.

#### 11.4 Mailing reklamowy

- Wykonawca zrealizuje wysyłkę wiadomości reklamowych do użytkowników (z woj. śląskiego) bezpłatnych kont pocztowych stanowiących części co najmniej jednego z największych

ogólnopolskich horyzontalnych portali publicystyczno-informacyjnych. Z danego portalu musi korzystać co najmniej 18 mln internautów (na podstawie zestawienia „TOP 20 wydawców (właściciele witryn i programów internetowych), z których korzysta najwięcej internautów – wszystkie urzędy” w ramach badania Gemius PBI za kwiecień 2020) - którzy wyrazili zgodę na otrzymywanie tego typu reklam.

- Wysyłka musi być geotargetowana na województwo śląskie (rozpoznane adresy IP komputerów użytkowników kont) oraz grupę docelową.
- Parametry techniczne wiadomości mailowych: wielkość minimum 40 kB - maksimum 60 kB. Nośnik wykonany w technologii html, szerokość maksymalnie 600 pikseli.
- Wykonawca opracuje treść oraz projekty graficzne dla 5 różnych maili reklamowych adekwatnie do obszarów wsparcia i grup docelowych wymienionych w pkt 1 i 3.
- Mail reklamowy w ramach jednego tematu może być dostarczony podczas kampanii tylko raz do danego konta e-mailowego,
- Kliknięcie na „odnośnik w liście” musi powodować automatyczne przekierowanie użytkownika na tematyczną podstronę internetową podaną podczas realizacji zamówienia. 4 z 5 różnych treściowo maili będą kierowały na właściwą podstronę <https://rpo.wup-katowice.pl>, natomiast 1 będzie kierował na stronę <https://wybierz-zawod.eu>.
- W przypadku wysyłki maili w ramach więcej niż jednego portalu wysyłka zbliżona czasowo we wszystkich portalach.
- Wykonanie projektu graficznego, koszt wszystkich materiałów źródłowych (w tym pozyskania zdjęć i grafik), muszą być uwzględnione w cenie usługi – projekty graficzne przedstawione do akceptacji przez Zamawiającego,
- Wykonawca odpowiada za wysyłkę maili reklamowych z zachowaniem przepisów 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 (ogólne rozporządzenie o ochronie danych).

#### **Harmonogram działań:**

- Wykonawca przekaże do akceptacji Zamawiającego propozycje portalu/portali horyzontalnych oraz harmonogram wysyłki maili,
- Wykonawca opracuje do wyboru 2 różne propozycje szablonów (wzorów) graficznych maili reklamowych. Zamawiający dokona poprawek lub zaakceptuje jeden szablon w terminie 3 dni roboczych od ich przesłania,

- Na podstawie wybranego szablonu Wykonawca opracuje konkretne treści i projekty graficzne 5 maili reklamowych oraz przekaże je do akceptacji Zamawiającego,
- Zamawiający na każdym etapie prac zaakceptuje przekazane materiały lub naniesie poprawki w terminie **3 dni roboczych** od ich otrzymania. W przypadku uwag do zaproponowanych w projektach zdjęć/grafik w celu dokonania wyboru przez Zamawiającego, Wykonawca zapewni Zamawiającemu na potrzeby realizacji tego działania dostęp do bazy zdjęć/grafik, z której korzysta.
- Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie **2 dni roboczych** od dnia ich przekazania.

Szczegółowy harmonogram obejmujący konkretne terminy zostanie opracowany przez Wykonawcę i przedstawiony do akceptacji Zamawiającego w terminie **5 dni roboczych** od podpisania umowy. Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że reklamy zostaną przygotowane do publikacji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do **20 dni roboczych** od podpisania umowy. Ewentualne zmiany terminów mogą nastąpić wyłącznie za zgodą Zamawiającego i muszą wynikać z przyczyn obiektywnych (np. problemy techniczne na portalach, nie leżące po stronie Wykonawcy). Ewentualne zmiany terminów nie mogą wpływać na ostateczny termin realizacji usługi i osiągnięcie wskaźników.

**Wymagane wskaźniki:** rozliczenie CPC (cost per click) za liczbę maili reklamowych, które zostały kliknięte przez unikalnych użytkowników i nastąpiło przekierowanie do strony docelowej.

Minimalna liczba klikniętych maili (przekierowujących na stronę internetową) **w ramach każdego z 5 tematów: minimum 100 - maksimum 150.**

Minimalna liczba klikniętych maili (przekierowujących na stronę internetową) **łącznie w ramach całej kampanii: minimum 500 - maksimum 750.**

Odbiorcy (konta e-mail) nie mogą się powtarzać w ramach poszczególnych tematów mailingu.

Wymagana łączna liczba przekierowań na strony docelowe: minimum **500 (w tym minimum 400 na stronę rpo-katowice.pl i minimum 100 na stronę wybierz-zawod.eu) – maksymalnie 750 (w tym maksymalnie 600 na stronę rpo-katowice.pl i maksymalnie 150 na stronę wybierz-zawod.eu).** W przypadku wysyłki maili w ramach więcej niż jednego portalu: wysyłka w proporcjonalnych ilościach w każdym z wybranych portali.

## 11.5 Produkcja filmów wideo

Wykonawca przygotowuje oraz wyprodukuje **5 filmów wideo** do emisji w mediach społecznościowych o **długości min. 1 minuty maks. 1 min. 30 sek.** o tematyce zgodnej z obszarami opisanymi w pkt. 1.1 – 1.5 opisu przedmiotu zamówienia.

- filmy animowane z użyciem lektora (teksty i animowane grafiki/infografiki 2D) w formie dedykowanych animacji typu whiteboard animation, opracowane przez grafików i rysowników, w których obraz powstaje na oczach widza wraz z odpowiednią narracją lektora.
- cel i wstępna koncepcja: filmiki zachęcające do skorzystania z możliwości projektów EFS (np. dotacji, szkoleń) w ramach działań RPO WSL wdrażanych przez WUP oraz edukujące, jak to zrobić. Zachęta poprzez np. pokazanie efektów zrealizowanych już projektów (np. statystyki ile osób skorzystało dotychczas z danej formy wsparcia i/lub animowanej historii sukcesu osoby, która skorzystała ze wsparcia). Jeden z filmików będzie zachęcał do planowania rozwoju zawodowego i wykonania testu predyspozycji zawodowych na stronie wybierz-zawod.eu. Szczegółowa koncepcja zostanie wypracowana na etapie prac nad scenariuszem i storyboardem.
- Wykonawca przedstawi wstępne scenariusze i storyboardy filmów wideo do akceptacji Zamawiającego. Scenariusze muszą uwzględniać fakt, że mają to być filmy do odtwarzania w Internecie, więc przekaz i treści zawarte w nich muszą być przyjemne i łatwe w odbiorze, angażujące widza i zachęcające do udostępniania w mediach społecznościowych.
- Wykonawca zapewni doświadczony personel (rysowników i grafików), profesjonalny sprzęt do realizacji filmów (specjalistyczne oprogramowanie), optymalną jakość materiału wideo dostosowaną do emisji w mediach społecznościowych (rozdzielczość, jakość Full HD), jak również montaż i udźwiękowanie.
- Wykonawca zapewni oprawę muzyczną materiałów wideo i przedstawi Zamawiającemu co najmniej 5 różnych podkładów do wyboru.
- Wykonawca zapewni lektora i przedstawi Zamawiającemu co najmniej 15 różnych głosów do wyboru. Ilość użytych lektorów (nie więcej niż 5) będzie zależała od zaakceptowanego scenariusza (czy np. historie będą opowiadane przez bohaterów w pierwszej osobie czy w trzeciej).
- Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania dla każdego z powstałych filmów napisów przedstawiających tekstową wersję tego, co słychać na wideo, tj. wypowiedzi oraz informacje niezbędne do zrozumienia treści. Tekst musi być czytelny, o odpowiednim kontraście i czasie wyświetlania zgodnie z zasadą dostępności cyfrowej.
- Wykonawca zapewni do realizacji filmików tłumacza języka migowego (postać tłumacza umiejscowiona tak, aby nie przysłaniał zasadniczej treści, grafiki). Tłumacz posługujący się

Polskim Językiem Migowym musi posiadać certyfikat tłumacza języka migowego wydany przez Polski Związek Głuchych na poziomie minimum T2,

- Wykonawca przekaże Zamawiającemu filmy wideo w postaci plików źródłowych Full HD oraz w formatach i wielkościach właściwych do umieszczenia na stronach internetowych, w mediach społecznościowych (m.in. You Tube, Facebook), do zgrania na pendrivie lub innym nośniku ustalonym z Zamawiającym. Formaty i wielkości do uzgodnienia z Zamawiającym na etapie realizacji usługi.

**Harmonogram działań związanych z produkcją wideo** będzie obejmował następujące etapy:

- Wykonawca prześle Zamawiającemu brief z pytaniami niezbędnymi do ustalenia szczegółowej koncepcji, scenariuszy i storyboardów,
- Zamawiający przygotowuje odpowiedź na brief,
- Wykonawca przedstawi propozycje scenariuszy filmów i propozycje grafik (storyboardy),
- Zamawiający dokona akceptacji lub naniesie poprawki.
- Po ustaleniu ostatecznych scenariuszy i storyboardów Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego zmontowany materiał,
- Zamawiający dokona wyboru lektora/lektorów i podkładu/ów muzycznego/y.
- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego ostatecznie zmontowany materiał z podkładem muzycznym, głosem lektora, napisami oraz tłumaczem języka migowego,
- Zamawiający dokona akceptacji lub naniesie poprawki,
- Zamawiający na każdym etapie prac zaakceptuje przekazane materiały, naniesie poprawki lub udzieli odpowiedzi w terminie **3 dni roboczych** od ich otrzymania,
- Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie **2 dni roboczych** od dnia ich przekazania,
- Szczegółowy harmonogram obejmujący konkretne terminy zostanie opracowany przez Wykonawcę i przedstawiony do akceptacji Zamawiającego w terminie **5 dni roboczych** od podpisania umowy. Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że filmy zostaną przygotowane do emisji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do **35 dni roboczych** od podpisania umowy,
- Harmonogram za zgodą Zamawiającego może ulec zmianie z przyczyn obiektywnych. Termin realizacji filmików może zostać wydłużony za zgodą Zamawiającego pod warunkiem zachowania terminu realizacji całości usługi i zapewnienia osiągnięcia przez Wykonawcę zadeklarowanych wskaźników.

## 11.6 Reklama wideo:

W ramach kampanii przewiduje się emisję ww. 5 filmów wideo, w tym:

- emisja **5 filmów o długości min. 1 minuty maks. 1 minuty 30 sek.** w obrębie kanału wideo na serwisie społecznościowym (kanał You Tube Praca TV na którym Zamawiający posiada konto), z uwzględnieniem geotargetowania na województwo śląskie, przez cały okres trwania kampanii. Dla każdego z filmów wymagane jest uzyskanie min. 5 000 max. 7 500 obejrzeń o długości min. 20% czasu trwania danego filmu (minimum ilości obejrzeń będzie większe, o ile Wykonawca zaproponuje większą liczbę w ofercie).

## 12. Raport podsumowujący

Wykonawca jest zobowiązany na bieżąco kontrolować realizację wskaźników kampanii realizowanej w internecie oraz optymalizować ją w celu osiągnięcia parametrów.

Po zrealizowaniu całej kampanii, najpóźniej do **18 grudnia 2020 r.** Wykonawca przekaże Zamawiającemu raport z adserwera w formie elektronicznej i papierowej (ewentualnie skan dokumentu z podpisem Wykonawcy) obejmujący dane nt. skuteczności i efektywności dla wszystkich przeprowadzonych działań, w tym dane nt. deklarowanych i zrealizowanych wskaźników dla wszystkich działań. Strona [rpo.wup-katowice.pl](http://rpo.wup-katowice.pl) i [wybierz-zawod.eu](http://wybierz-zawod.eu) – wymagany jest kompletny raport Google Analytics (liczba wejść i odsłon, liczba realnych i unikalnych użytkowników, średni czas spędzony w witrynie, analiza źródeł ruchu, rekomendacje).

## II. Kampania PO WER

### 1. Prezentacja przedmiotu kampanii

**Przedmiotem kampanii są możliwości oraz efekty wsparcia w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój w ramach działań wdrażanych przez WUP w Katowicach**

- wsparcie dla osób do 29 roku życia w postaci m.in. bezpłatnych szkoleń, staży i praktyk zawodowych, pośrednictwa pracy, poradnictwa zawodowego, dotacji na założenie własnej firmy, subsydiowanego zatrudnienia,
- możliwość planowania **rozwoju zawodowego** z użyciem bezpłatnego testu predyspozycji zawodowych dla dorosłych dostępnego on-line na stronie WUP w Katowicach <https://wybierz-zawod.eu>,



- wsparcie dla przedsiębiorców w ramach tzw. tarczy antykryzysowej finansowane z EFS w ramach projektów PO WER.
- Decyzja o ostatecznej szczegółowej tematyce materiałów w ramach kampanii zostanie podjęta po podpisaniu umowy z Wykonawcą na etapie opracowywania materiałów, w zależności od bieżących potrzeb informacyjnych i dostępności projektów, na które może wpłynąć wystąpienie epidemii COVID-19. Nie wpłynie to natomiast na zakres przedmiotu kampanii wynikający z poniższego opisu przedmiotu zamówienia (ilość materiałów, które Wykonawca musi opracować, takich jak artykuły, filmy wideo, reklamy itp.).

## 2. Zadania dla Wykonawcy:

- 2.1 Stworzenie materiałów na potrzeby kampanii
- 2.2 Zaplanowanie i zakup mediów
- 2.3 Realizacja kampanii
- 2.4 Opracowanie raportu pokampanijnego.

## 3. Grupa docelowa kampanii:

### *Opis programowy:*

- **osoby w wieku od 18 do 29 roku życia**, nieaktywne zawodowo, nie uczące się i nie biorące udziału w szkoleniach, tzw. młodzież NEET - ang. *not in employment, education or training*,
- **osoby w wieku od 18 do 29 roku życia**, w tym:
  - reemigranci – do tej grupy zaliczani są również repatrianci,
  - imigranci (w tym osoby polskiego pochodzenia),
  - osoby ubogie pracujące (tj. osoby, których zarobki nie przekraczają płacy minimalnej),
  - osoby odchodzące z rolnictwa i ich rodziny (osoby podlegające ubezpieczeniu emerytalno-rentowemu na podstawie ustawy z dnia 20 grudnia 1990 r. o ubezpieczeniu społecznym rolników (KRUS), zamierzający podjąć zatrudnienie lub inną działalność pozarolniczą,
  - osoby zatrudnione na umowach krótkoterminowych oraz pracujący w ramach umów cywilnoprawnych, których miesięczne zarobki nie przekraczają wysokości minimalnego wynagrodzenia
- **przedsiębiorcy z woj. śląskiego do 29 roku życia.**

### *Opis mediowy:*

- **mieszkańcy woj. śląskiego, osoby w wieku od 18 do 29 roku życia**, w szczególności:
  - osoby zainteresowane podwyższaniem swoich kwalifikacji,

- osoby zainteresowane założeniem własnej firmy,
- osoby poszukujące ofert pracy i informacji na temat rynku pracy,
- absolwenci szkół wyższych, ale także osoby o niskim wykształceniu,
- osoby nieaktywne zawodowo, ale także pracujące, o niskich dochodach (minimalne wynagrodzenie).
- osoby zainteresowane planowaniem rozwoju zawodowego i diagnozą predyspozycji zawodowych,
- przedsiębiorcy do 29 roku życia korzystający ze wsparcia EFS w ramach PO WER na podstawie przepisów o tarczy antykryzysowej w związku z wystąpieniem COVID 19.

#### **4. Zasięg kampanii:**

Kampania o zasięgu regionalnym – na obszarze województwa śląskiego.

#### **5. Cele kampanii:**

##### Cele główne:

- informowanie o dostępnych możliwościach wsparcia w ramach PO WER,
- edukacja oraz przygotowanie do korzystania z w/w możliwości,
- zachęta do udziału w projektach finansowanych z EFS poprzez pokazanie przykładów zrealizowanych projektów i/lub osób, które już skorzystały ze wsparcia,
- promocja efektów działania Funduszy Europejskich w regionie,
- promocja serwisu WUP w Katowicach tj. [power.wup-katowice.pl](http://power.wup-katowice.pl) oraz zwiększenie liczby odwiedzin,
- promocja nowej strony internetowej WUP z aplikacją testu predyspozycji zawodowych on-line <https://wybierz-zawod.eu> i zwiększenie liczby odwiedzin.
- promocja fanpage'a WUP w Katowicach <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>, zwiększenie liczby odwiedzin oraz poszerzenie społeczności poprzez większą liczbę polubień.

##### Cele dodatkowe:

- popularyzacja idei podnoszenia kwalifikacji zawodowych,
- popularyzacja samozatrudnienia i przedsiębiorczości,
- popularyzacja idei aktywnego poszukiwania pracy.

#### **6. Termin kampanii:**

Kampania będzie realizowana **min. 3 tygodnie** w okresie od **września do listopada br.** Szczegółowy harmonogram działań i konkretny czas ich trwania w ramach kampanii zostanie ustalony między Wykonawcą a Zamawiającym w terminie 5 dni roboczych od podpisania umowy. Szczegółowy harmonogram może ulec zmianie za zgodą Zamawiającego ze względu np. na konieczność dostosowania emisji do terminów naborów do projektów czy dostępność osób zaangażowanych do działań promocyjnych.

Dodatkowo działanie opisane w **pkt 10.5** oraz **11.3** będzie realizowane w trybie ciągłym: od dnia zasilenia przez Wykonawcę konta reklamowego na Facebooku środkami finansowymi zgodnie z pkt. 11.3, najpóźniej do **11 grudnia 2020 r.** Termin dostarczenia raportu z kampanii: **najpóźniej 18 grudnia 2020 r.**

## **7. Spójność:**

Wykonawca zobowiązany jest w ramach realizacji umowy do stworzenia spójnej koncepcji kreatywnej dla zaplanowanych w ramach kampanii działań. Komunikaty w poszczególnych mediach powinny się wzajemnie uzupełniać i wspierać (zarówno treściowo, jak i czasowo), tak aby dawały efekt synergii.

## **8. Prawa autorskie:**

W sytuacjach, gdzie jest to możliwe, zdjęcia i grafiki, które zostaną wykorzystane w kampanii, powinny być autorskie. W uzasadnionych przypadkach (np. brak możliwości wykonania zdjęcia autorskiego, brak zgody bohatera kampanii na udostępnienie wizerunku) Zamawiający dopuszcza wykorzystanie zdjęć, grafik z banku – jednak po wcześniejszej zgodzie Zamawiającego. Zamawiający dopuszcza także wykorzystanie podkładów muzycznych z banku muzyki. Wszystkie teksty powinny być natomiast autorskie, stworzone specjalnie na potrzeby tej kampanii.

Wykonawca oświadcza, że przysługują mu wyłączne prawa autorskie do utworów powstałych w związku z wykonywaniem umowy, bez ograniczeń co do terytorium, czasu, liczby egzemplarzy i że przenosi te autorskie prawa majątkowe na Zamawiającego nieodpłatnie, z chwilą doręczenia przedmiotu umowy, na następujących polach eksploatacji:

- a) emitowanie w Internecie,
- b) utrwalanie i zwielokrotnianie dowolną techniką,
- c) rozpowszechnianie w dowolny sposób – w szczególności wyświetlanie, nadawanie,
- d) publiczne udostępnianie,

e) wprowadzanie do pamięci komputera i sieci multimedialnych w nieograniczonych ilościach. W przypadku takiej konieczności, Wykonawca we własnym zakresie zapewni zgody na wykorzystanie wizerunku bohaterów kampanii (np. artykułów sponsorowanych) oraz autoryzację ich wypowiedzi/wywiadów.

## 9. Elementy obowiązkowe:

Wszystkie produkty kampanii muszą zostać odpowiednio oznakowane zgodnie z „Księgą identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020”, zgodnie z zasadami wskazanymi w „Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020” oraz w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji” – muszą zawierać zestaw logotypów. Wzory logotypów przekaże Wykonawcy Zamawiający w terminie do 2 dni roboczych od podpisania umowy.

## 10. Narzędzia w kampanii:

**10.1** Content marketing – artykuły sponsorowane.

**10.2** Kampania linków sponsorowanych w sieci wyszukiwania.

**10.3** Mailing promocyjny

**10.4** Reklama wideo

**10.5** Reklama w mediach społecznościowych promująca oficjalny fanpage Zamawiającego <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>

Wykonawca jest zobowiązany do przygotowania reklam w formatach dostosowanych do urządzeń mobilnych oraz zaplanowania i zrealizowania **min. 50%** działań w kanale mobile.

## 11. Szczegółowe założenia realizacji działań:

### 11.1 Content marketing:

- **opracowanie treści i publikacja 2 artykułów** zachęcających do skorzystania ze wsparcia w ramach PO WER w oparciu o przykłady dobrych praktyk tj. zrealizowanych projektów i osób/firm, które skorzystały ze wsparcia EFS. Artykuły o długości min. 2 800 max. 3 800 znaków ze spacjami. Publikacja na co najmniej jednym z największych ogólnopolskich serwisów/portali publicystyczno-informacyjnych (targetowanie na woj. śląskie), których liczba internautów wynosi minimum 18 mln (na podstawie zestawienia „TOP 20 wydawców (właściciele witryn i programów internetowych),

z których korzysta najwięcej internautów – wszystkie urządzenia” w ramach badania Gemius PBI za kwiecień 2020) w działach tematycznie dopasowanych do treści artykułów (np. wiadomości, biznes, finanse, praca, edukacja, rozwój zawodowy i osobisty itp.). **Wykonawca opracuje treść artykułów w oparciu o przykłady dobrych praktyk (tj. zapewni wypowiedzi/wywiady z przedstawicielami beneficjentów i/lub osób, które skorzystały ze wsparcia EFS w ramach PO WER).** Do zadań Wykonawcy należy oprawa graficzna (w tym zdjęcia i/lub grafiki) i przygotowanie artykułów tak, by spełniały wymagania właścicieli portali. Zamawiający wymaga, by artykuły były stworzone z dbałością o formę i różnorodność środków wyrazu. Teksty mają być uzupełnione ciekawymi zdjęciami, infografikami czy informacjami przedstawionymi w wyróżniający się sposób, by przykuć uwagę czytelnika i zadbać o prostotę przekazu (np. infografika ułatwiająca zrozumienie procedur zamiast tekstu). Zamawiający wymaga, by Wykonawca przy wyborze zdjęć/grafik co do zasady korzystał z płatnych baz zdjęć/grafik (wyjątkowo po akceptacji Zamawiającego mogą zostać użyte zdjęcia/grafiki darmowe). Zamawiający wymaga uwzględnienia zdjęcia osoby przedstawianej w publikacji (przedstawiciela lub uczestnika projektu), chyba, że dana osoba nie wyrazi zgody na publikację wizerunku.

#### **Harmonogram działań:**

- Zamawiający przekaze Wykonawcy w terminie 2 dni roboczych od podpisania umowy materiały źródłowe na temat promowanych form wsparcia i grup docelowych opisanych w pkt. 1 i 3, wzory logotypów, listę projektów do wykorzystania w kampanii oraz listę firm, które wcześniej wyraziły zgodę na udział w działaniach promocyjnych WUP w Katowicach. Pozyskanie do współpracy konkretnych beneficjentów/osób korzystających z projektów leży po stronie Wykonawcy.
- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego w terminie 5 dni roboczych od podpisania umowy szczegółowy harmonogram obejmujący konkretne terminy prac nad artykułami,
- Wykonawca przedstawi do akceptacji serwis/serwisy internetowe, na których będą publikowane artykuły oraz harmonogram ich publikacji;
- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego listę konkretnych beneficjentów /osób korzystających z projektów wybranych do opisanie w artykułach,
- Wykonawca będzie przekazywał sukcesywnie do akceptacji Zamawiającego opracowane merytorycznie artykuły. Po akceptacji treści każdy artykuł zostanie opracowany graficznie i przekazany do akceptacji Zamawiającego,

- Zamawiający na każdym etapie prac akceptuje lub nanosi poprawki przekazanych materiałów w terminie **3 dni roboczych**,
- Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie **2 dni roboczych** od dnia ich przekazania,
- Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że artykuły zostaną przygotowane do publikacji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do **25 dni roboczych** od podpisania umowy.

Artykuły mogą być emitowane jednocześnie na serwisach internetowych.

**Wymagane wskaźniki: każdy z 2 artykułów** powinien mieć **min. 1 000 unikalnych użytkowników**. W celu osiągnięcia wskaźników Wykonawca powinien założyć autopromocję artykułów w obrębie serwisów, na których będą publikowane artykuły. Ewentualne zmiany terminów mogą nastąpić wyłącznie za zgodą Zamawiającego i muszą wynikać z przyczyn obiektywnych (np. problemy techniczne na portalach, w mediach społecznościowych, nie leżące po stronie Wykonawcy). Ewentualne zmiany terminów nie mogą wpływać na ostateczny termin realizacji usługi i osiągnięcie wskaźników.

## **11.2 Kampania linków sponsorowanych**

Przeprowadzenie kampanii za pośrednictwem reklam tekstowych w wynikach wyszukiwania wyszukiwarki indeksującej największą liczbę stron ze światowych zasobów Internetu z uwzględnieniem geotargetowania na obszar województwa śląskiego.

Na etapie realizacji Wykonawca przedstawi Zamawiającemu listę słów i fraz kluczowych (najpierw 21; wzrost w trakcie trwania kampanii i docelowo: minimum 45 słów i fraz) zweryfikowanych uprzednio, którą Wykonawca zobowiązany jest odpowiednio pogrupować w co najmniej 3 grupy odpowiadające obszarom i grupom wsparcia opisanym w pkt 1 i 3. Dla każdej z grup słów i fraz kluczowych Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania dwóch odrębnych treści reklam tekstowych w okresie trwania kampanii (3 grupy tj. 6 treści reklam).

Treści przygotowanych reklam muszą mieć charakter informacyjny, promocyjny i angażujący potencjalnych odbiorców. Zamawiający zakłada, że reklama emitowana będzie minimum 2 tygodnie. Wykonawca zobowiązany jest do bieżącej optymalizacji działań, tj. wykluczania nieefektywnych słów kluczowych, dodawania nowych fraz, testowania stawek za kliknięcie – CPC (ang. Cost per Click), testowania różnych przekazów reklamowych, testowania harmonogramu reklam.

### **Harmonogram działań:**

- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego listę zweryfikowanych słów i fraz kluczowych pogrupowanych w co najmniej 3 grupy odpowiadające obszarom i grupom wsparcia opisanym w pkt 1 i 3;
- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego planowany termin trwania kampanii linków sponsorowanych, tak by nie pokrywał się z terminem kampanii linków sponsorowanych promującej RPO WSL (dotyczy reklam przekierowujących na power.wup-katowice.pl);
- Wykonawca przekaże do akceptacji Zamawiającemu proponowane treści reklam;
- Wykonawca opracuje graficznie zaakceptowane treści reklam i przedstawi do akceptacji Zamawiającego;
- Zamawiający na każdym etapie prac akceptuje lub nanosi poprawki przekazanych materiałów w terminie **3 dni roboczych**,
- Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie **2 dni roboczych** od dnia ich przekazania.

Szczegółowy harmonogram obejmujący konkretne terminy zostanie opracowany przez Wykonawcę i przedstawiony do akceptacji Zamawiającego w terminie **5 dni roboczych** od podpisania umowy. Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że reklamy zostaną przygotowane do publikacji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do **20 dni roboczych** od podpisania umowy. Ewentualne zmiany terminów mogą nastąpić wyłącznie za zgodą Zamawiającego i muszą wynikać z przyczyn obiektywnych (np. problemy techniczne na portalach, nie leżące po stronie Wykonawcy). Ewentualne zmiany terminów nie mogą wpływać na ostateczny termin realizacji usługi i osiągnięcie wskaźników.

#### **Wymagane wskaźniki:**

Minimalna ilość kliknięć unikalnych użytkowników w reklamy w **ramach każdej z 3 grup tematycznych** to: **1 000**, maksymalna to: **1 500**. **Łącznie**, w ramach całej kampanii linków sponsorowanych, minimalna ilość kliknięć w reklamy to: **3 000**, a maksymalna to: **4 500** kliknięć w reklamy (minimum będzie większe, o ile Wykonawca zaproponuje większą liczbę w ofercie).

Cztery (4) reklamy będą kierowały ruch do strony <https://power.wup-katowice.pl>.

Minimalny wymagany wskaźnik kliknięć w reklamy kierujące na stronę <https://power.wup-katowice.pl> **łącznie**, w ramach całej kampanii, określa się na: minimum 2 000, maksymalnie 3 000 kliknięć.

Dwie (2) reklamy będą kierowały ruch do strony <https://wybierz-zawod.eu>.

Minimalny wymagany wskaźnik kliknięć w reklamy kierujące na stronę <https://wybierz-zawod.eu> **łącznie**, w ramach całej kampanii, określa się na: minimum 1 000, maksymalnie 1 500 kliknięć.

### 11.3 Reklama w mediach społecznościowych

- Działanie w postaci publikacji reklam oraz postów sponsorowanych (zwanymi dalej reklamą) promujących treści dotyczące PO WER oraz stronę [wybierz-zawod.eu](https://wybierz-zawod.eu) w ramach oficjalnego profilu WUP w Katowicach na Facebooku <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>.
- Działania będą ukierunkowane na zwiększenie ruchu na witrynach [power.wup-katowice.pl](http://power.wup-katowice.pl) oraz <https://wybierz-zawod.eu>, a także zwiększanie zasięgu postów utworzonych na profilu <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy> dotyczących PO WER.
- Wykonawca zobowiązany jest przeznaczyć na zakup ww. reklam kwotę w wysokości 5.000,00 zł brutto. W celu realizacji tego działania w ramach kampanii Wykonawca utworzy Menadżera firmy na Facebooku (którego będzie administratorem) oraz aktywuje konto reklamowe kampanii, które zostanie zasilone kwotą w wysokości 5000,00 zł brutto w terminie do 7 dni roboczych od podpisania umowy.
- Wykonawca przekaze Zamawiającemu (administratorowi/om <https://www.facebook.com/slaskie.rynekpracy>) - jako partnerowi, dostęp do Menadżera firmy oraz konta reklamowego niezwłocznie od ich utworzenia oraz aktywacji.
- Zamawiający we własnym zakresie dokona publikacji reklam oraz odpowiednich ustawień (budżet reklamy, czas trwania, cel, grupa docelowa itd.).
- W ramach działania Wykonawca dokona wyboru formy działania płatnego (reklama/post) oraz opracuje zawartość **5 reklam** w postaci tekstów oraz grafik/zdjęć lub tekstów i materiałów wideo (materiały wideo będą obejmowały filmy zapewnione przez Zamawiającego oraz wyprodukowane w ramach niniejszej kampanii opisane w pkt. 11.5) - zgodnie z informacjami przekazanymi przez Zamawiającego.
- Przekazany na konto reklamowe budżet może zostać wykorzystany także na promocję postów dotyczących PO WER opracowanych samodzielnie przez Zamawiającego, nie tylko na ww. 5 reklam opracowanych przez Wykonawcę.



- Wykonawca podczas tworzenia reklam zobowiązany jest korzystać z płatnych baz zdjęć/grafik, przy czym Zamawiający dopuszcza wyjątkowo użycie także darmowych zdjęć/grafik – w uzasadnionych przypadkach za zgodą Zamawiającego.
- Projekt zawartości każdej reklamy będzie wymagał akceptacji Zamawiającego. Zamawiający dokona akceptacji lub poprawek w terminie 2 dni roboczych.
- Zlecenie dotyczące przygotowania konkretnej reklamy Zamawiający będzie wysyłał minimum 3 dni robocze przed planowanym dniem publikacji. Za zgodą obu stron istnieje możliwość skrócenia czasu realizacji zlecenia do min. 1 dnia roboczego.
- Zamawiający, po akceptacji danego projektu reklamy, we własnym zakresie dokona publikacji oraz odpowiednich ustawień (budżet reklamy, czas trwania, cel itd.).
- Zamawiający obliguje się wykorzystać kwotę 5.000,00 zł brutto w terminie najpóźniej do 11 grudnia br. ze względu na konieczność rozliczenia usługi.
- Wykonawca zapewni **łącznie** w okresie realizacji usługi min. 1,5 godziny zegarowej wsparcia doradczego dla pracowników WUP w zakresie efektywnej reklamy na Facebooku. Doradztwo w formie telefonicznej lub mailowej w godzinach pracy WUP w Katowicach.

#### 11.4 Mailing promocyjny

- Wykonawca zrealizuje wysyłkę wiadomości reklamowych do użytkowników (z woj. śląskiego) bezpłatnych kont pocztowych stanowiących części co najmniej jednego z największych ogólnopolskich horyzontalnych portali publicystyczno-informacyjnych. Z danego portalu musi korzystać co najmniej 18 mln internautów (na podstawie zestawienia „TOP 20 wydawców (właściciele witryn i programów internetowych), z których korzysta najwięcej internautów – wszystkie urządzenia” w ramach badania Gemius PBI za kwiecień 2020) - którzy wyrazili zgodę na otrzymywanie tego typu reklam.
- Wysyłka musi być geotargetowana na województwo śląskie (rozpoznane adresy IP komputerów użytkowników kont) oraz grupę docelową.
- Parametry techniczne wiadomości mailowych: wielkość minimum 40 kB - maksimum 60 kB. Nośnik wykonany w technologii html, szerokość maksymalnie 600 pikseli.
- Wykonawca opracuje treść oraz projekty graficzne dla 3 różnych maili reklamowych adekwatnie do obszarów wsparcia i grup docelowych wymienionych w pkt 1 i 3.
- Mail reklamowy w ramach jednego tematu może być dostarczony podczas kampanii tylko raz do danego konta e-mailowego,
- Kliknięcie na „odnośnik w liście” musi powodować automatyczne przekierowanie użytkownika na tematyczną podstronę internetową podaną podczas realizacji zamówienia. 2 z 3 różnych

treściowo maili będą kierowały na właściwą podstronę <https://power.wup-katowice.pl>, natomiast 1 będzie kierował na stronę <https://wybierz-zawod.eu>.

- W przypadku wysyłki maili w ramach więcej niż jednego portalu wysyłka zbliżona czasowo we wszystkich portalach.
- Wykonanie projektu graficznego, koszt wszystkich materiałów źródłowych (w tym pozyskania zdjęć i grafik), muszą być uwzględnione w cenie usługi – projekty graficzne przedstawione do akceptacji przez Zamawiającego,
- Wykonawca odpowiada za wysyłkę maili reklamowych z zachowaniem przepisów 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 (ogólne rozporządzenie o ochronie danych).

### **Harmonogram działań:**

- Wykonawca prześle do akceptacji Zamawiającego propozycje portalu/portali horyzontalnych oraz harmonogram wysyłki maili,
- Wykonawca opracuje do wyboru 2 różne propozycje szablonów (wzorów) graficznych maili reklamowych. Zamawiający dokona poprawek lub zaakceptuje jeden szablon w terminie 3 dni roboczych od ich przesłania,
- Na podstawie wybranego szablonu Wykonawca opracuje konkretne treści i projekty graficzne 3 maili reklamowych oraz prześle je do akceptacji Zamawiającego,
- Zamawiający na każdym etapie prac zaakceptuje przekazane materiały lub naniesie poprawki w terminie **3 dni roboczych** od ich otrzymania. W przypadku uwag do zaproponowanych w projektach zdjęć/grafik w celu dokonania wyboru przez Zamawiającego, Wykonawca zapewni Zamawiającemu na potrzeby realizacji tego działania dostęp do bazy zdjęć/grafik, z której korzysta,
- Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie **2 dni roboczych** od dnia ich przekazania.

Szczegółowy harmonogram obejmujący konkretne terminy zostanie opracowany przez Wykonawcę i przedstawiony do akceptacji Zamawiającego w terminie **5 dni roboczych** od podpisania umowy. Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że reklamy zostaną przygotowane do publikacji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do **20 dni roboczych** od podpisania umowy. Ewentualne zmiany terminów mogą nastąpić wyłącznie za zgodą Zamawiającego i muszą wynikać z przyczyn obiektywnych (np. problemy techniczne

na portalach, nie leżące po stronie Wykonawcy). Ewentualne zmiany terminów nie mogą wpływać na ostateczny termin realizacji usługi i osiągnięcie wskaźników.

**Wymagane wskaźniki:** rozliczenie CPC (cost per click) za liczbę maili reklamowych, które zostały kliknięte przez unikalnych użytkowników i nastąpiło przekierowanie do strony docelowej.

Minimalna liczba klikniętych maili (przekierowujących na stronę internetową) **w ramach każdego z 3 tematów: minimum 100, maksimum 150.**

Minimalna liczba klikniętych maili (przekierowujących na stronę internetową) **łącznie w ramach całej kampanii: minimum 300, maksimum 450.**

Odbiorcy (konta e-mail) nie mogą się powtarzać w ramach poszczególnych tematów mailingu.

Wymagana łączna liczba przekierowań na strony docelowe w ramach całej kampanii: minimum **300** (w tym minimum 200 na właściwą podstronę power-katowice.pl i minimum 100 na stronę wybierz-zawod.eu), maksymalnie 450 (w tym maksymalnie 300 na właściwą podstronę power-katowice.pl i maksymalnie 150 na stronę wybierz-zawod.eu).

W przypadku wysyłki maili w ramach więcej niż jednego portalu: wysyłka w proporcjonalnych ilościach w każdym z wybranych portali.

## 11.5 Produkcja filmów wideo

Wykonawca przygotuje oraz wyprodukuje **2 filmy wideo** do emisji w mediach społecznościowych o długości min. 1 minuty maks. 1 min. 30 sek. o tematyce zgodnej z obszarami opisanymi w pkt. 1 opisu przedmiotu zamówienia.

- filmy animowane z użyciem lektora (teksty i animowane grafiki/infografiki 2D) w formie dedykowanych animacji typu whiteboard animation, opracowane przez grafików i rysowników, w których obraz powstaje na oczach widza wraz z odpowiednią narracją lektora.
- cel i wstępna koncepcja: film zachęcający do skorzystania z możliwości projektów EFS (np. dotacji, szkoleń) w ramach działań PO WER wdrażanych przez WUP oraz edukujący, jak to zrobić. Zachęta poprzez np. pokazanie efektów zrealizowanych już projektów (statystyki ile osób skorzystało dotychczas z danej formy wsparcia i/lub animowanej historii sukcesu osoby, która skorzystała ze wsparcia). Jeden z filmów będzie zachęcał do planowania rozwoju zawodowego i wykonania testu predyspozycji zawodowych na stronie wybierz-zawod.eu. Szczegółowa koncepcja zostanie wypracowana na etapie prac nad scenariuszem i storyboardem.

- Wykonawca przedstawi wstępne scenariusze i storyboardy filmów wideo do akceptacji Zamawiającego. Scenariusze muszą uwzględniać fakt, że mają to być filmy do odtwarzania w Internecie, więc przekaz i treści zawarte w nich muszą być przyjemne i łatwe w odbiorze, angażujące widza i zachęcające do udostępniania w mediach społecznościowych.
- Wykonawca zapewni doświadczony personel (rysowników i grafików), profesjonalny sprzęt do realizacji filmów (specjalistyczne oprogramowanie), optymalną jakość materiału wideo dostosowaną do emisji w mediach społecznościowych (rozdzielczość, jakość Full HD), jak również montaż i udźwiękowanie.
- Wykonawca zapewni oprawę muzyczną materiałów wideo i przedstawi Zamawiającemu co najmniej 5 różnych podkładów do wyboru.
- Wykonawca zapewni lektora/lektorów i przedstawi Zamawiającemu co najmniej 6 różnych głosów do wyboru. Ilość użytych lektorów (nie więcej niż 3) będzie zależała od zaakceptowanego scenariusza (czy np. historie będą opowiedane przez bohaterów w pierwszej osobie czy w trzeciej).
- Wykonawca zobowiązany jest do przygotowania dla każdego z powstałych filmów napisów przedstawiających tekstową wersję tego, co słychać na wideo, tj. wypowiedzi oraz informacje niezbędne do zrozumienia treści. Tekst musi być czytelny, o odpowiednim kontraście i czasie wyświetlania zgodnie z zasadą dostępności.
- Wykonawca zapewni do realizacji filmików tłumacza języka migowego (postać tłumacza umiejscowiona tak, aby nie przysłaniał zasadniczej treści, grafiki). Tłumacz posługujący się Polskim Językiem Migowym musi posiadać certyfikat tłumacza języka migowego wydany przez Polski Związek Głuchych na poziomie minimum T2,
- Wykonawca przekaże Zamawiającemu filmy wideo w postaci plików źródłowych Full HD oraz w formatach i wielkościach właściwych do umieszczenia na stronach internetowych, w mediach społecznościowych (m.in. You Tube, Facebook), do zgrania na pendrivie lub innym nośniku ustalonym z Zamawiającym. Formaty i wielkości do uzgodnienia z Zamawiającym na etapie realizacji usługi.

**Harmonogram działań związanych z produkcją wideo będzie obejmował następujące etapy:**

- Wykonawca prześle Zamawiającemu brief z pytaniami niezbędnymi do ustalenia szczegółowej koncepcji, scenariuszy i storyboardów,
- Zamawiający przygotuje odpowiedź na brief,
- Wykonawca przedstawi propozycje scenariuszy filmów i propozycje grafik (storyboardy),
- Zamawiający dokona akceptacji lub naniesie poprawki,

- Po ustaleniu ostatecznych scenariuszy i storyboardów Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego zmontowany materiał,
- Zamawiający dokona wyboru lektora/ów i podkładu/ów muzycznego/ych,
- Wykonawca przedstawi do akceptacji Zamawiającego ostatecznie zmontowany materiał z podkładem muzycznym, głosem lektora, napisami oraz tłumaczem języka migowego,
- Zamawiający dokona akceptacji lub naniesie poprawki,
- Zamawiający na każdym etapie prac zaakceptuje przekazane materiały, naniesie poprawki lub udzieli odpowiedzi w terminie **3 dni roboczych** od ich otrzymania,
- Wykonawca na każdym etapie prac nanosi poprawki Zamawiającego w terminie **2 dni roboczych** od dnia ich przekazania,
- Szczegółowy harmonogram obejmujący konkretne terminy zostanie opracowany przez Wykonawcę i przedstawiony do akceptacji Zamawiającego w terminie **5 dni roboczych** od podpisania umowy. Wykonawca i Zamawiający zobowiązują się, że filmy zostaną przygotowane do emisji i zaakceptowane ostatecznie w terminie do **35 dni roboczych** od podpisania umowy.
- Harmonogram za zgodą Zamawiającego może ulec zmianie z przyczyn obiektywnych. Termin realizacji filmików może zostać wydłużony za zgodą Zamawiającego pod warunkiem zachowania terminu realizacji całości usługi i zapewnienia osiągnięcia przez Wykonawcę zadeklarowanych wskaźników.

### 11.6 Reklama wideo:

W ramach kampanii przewiduje się emisję ww. filmów wideo, w tym:

- emisja **2 filmów o długości min. 1 minuty maks. 1 minuty 30 sek.** w obrębie kanału wideo na serwisie społecznościowym (kanał You Tube Praca TV na którym Zamawiający posiada konto), z uwzględnieniem geotargetowania na województwo śląskie, przez cały okres trwania kampanii. Dla każdego z filmów wymagane jest uzyskanie min. 5 000 max. 7 500 obejrzeń o długości min. 20% czasu trwania danego filmu (minimum ilości obejrzeń będzie większe, o ile Wykonawca zaproponuje większą liczbę w ofercie).

## 12. Raport podsumowujący

Wykonawca jest zobowiązany na bieżąco kontrolować realizację wskaźników kampanii realizowanej w internecie oraz optymalizować ją w celu osiągnięcia parametrów.

Po zrealizowaniu całej kampanii, najpóźniej do **18 grudnia 2020 r.** Wykonawca prześle Zamawiającemu raport z adserwera w formie elektronicznej i papierowej (ewentualnie skan dokumentu z podpisem Wykonawcy) obejmujący dane nt. skuteczności i efektywności dla wszystkich przeprowadzonych działań, w tym dane nt. deklarowanych i zrealizowanych wskaźników dla wszystkich działań. Strona [power.wup-katowice.pl](http://power.wup-katowice.pl) i [wybierz-zawod.eu](http://wybierz-zawod.eu) – wymagany jest kompletny raport Google Analytics (liczba wejść i odsłon, liczba realnych i unikalnych użytkowników, średni czas spędzony w witrynie, analiza źródeł ruchu, rekomendacje).

**Wykonawca, który zlecać będzie wykonanie części zamówienia Podwykonawcom na podstawie umowy w formie pisemnej o charakterze odpłatnym (art. 2 ust. 9b ustawy) zobowiązany jest do wykazania tego w pkt. 13 Formularza ofertowego stanowiącego załącznik do niniejszej SIWZ dotyczącego Podwykonawcy.**

**WYKAZ USŁUG ZREALIZOWANYCH PRZEZ WYKONAWCĘ\***

*zgodnie z wymogami zawartymi w rozdz. IV, pkt 2.3.1) SIWZ*

Lp.	Przedmiot zrealizowanej usługi	Nazwa jednostki, dla której usługa została wykonana lub nadal jest wykonywana	Data wykonania usługi	<u>Wartość usługi brutto</u> <i>(dot. usługi polegającej na realizacji działań reklamowo - promocyjnych w Internecie )</i>
1	2	3	4	5
1.			..... Dzień/miesiąc/rok	
2.			..... Dzień/miesiąc/rok	
3.			..... Dzień/miesiąc/rok	

--	--	--	--	--

**\* do usługi wymienionej w powyższym wykazie należy załączyć dowód potwierdzający należyte wykonanie; w przypadku polegania na zdolnościach innych podmiotów należy wraz z ofertą załączyć zobowiązanie tych podmiotów o oddaniu Wykonawcy do dyspozycji niezbędnych zasobów na potrzeby realizacji zamówienia.**

.....  
*Miejscowość, data*

.....  
*Podpis Wykonawcy lub osoby upoważnionej*



**WYKAZ OSÓB UCZESTNICZĄCYCH W REALIZACJI ZAMÓWIENIA**

zgodnie z wymogami zawartymi w rozdz. IV, pkt 2.3.2) SIWZ

Lp.	Imię i nazwisko	Doświadczenie	Podstawa dysponowania osobami* <u>w ramach realizacji niniejszego zamówienia</u>
1	2	3	4
1.	<p><b>Copywriter/ dziennikarz:</b></p> <p>..... (imię)</p> <p>..... (nazwisko)</p>	<p>1. Doświadczenie w tworzeniu artykułów (co najmniej 2000 znaków ze spacjami) przeznaczonych do publikacji co najmniej w Internecie</p> <p>Tytuł artykułu .....</p> <p>Tytuł e-publicacji, w której ukazał się artykuł (jeśli dotyczy) .....</p> <p>Data publikacji (Dzień/miesiąc/rok) .....</p> <p>Nazwa serwisu/strony internetowej, na której ukazał się artykuł .....</p> <p>2. Doświadczenie w tworzeniu artykułów (co najmniej 2000 znaków spacjami) przeznaczonych do publikacji co najmniej w Internecie</p> <p>Tytuł artykułu .....</p> <p>Tytuł e-publicacji, w której ukazał się artykuł (jeśli dotyczy)</p>	

		<p>.....</p> <p>Data publikacji (Dzień/miesiąc/rok)</p> <p>.....</p> <p>Nazwa serwisu/strony internetowej, na której ukazał się artykuł</p> <p>.....</p>	
		<p>3. Doświadczenie w tworzeniu artykułów (co najmniej 2000 znaków spacjami) przeznaczonych do publikacji co najmniej w Internecie</p> <p>Tytuł artykułu</p> <p>.....</p> <p>Tytuł e-publicacji, w której ukazał się artykuł (jeśli dotyczy)</p> <p>.....</p> <p>Data publikacji (Dzień/miesiąc/rok)</p> <p>.....</p> <p>Nazwa serwisu/strony internetowej, na której ukazał się artykuł</p> <p>.....</p>	
2.	<p><b>Grafik/rysownik:</b></p> <p>.....</p> <p>(imię)</p> <p>.....</p> <p>(nazwisko)</p>	<p>1. Doświadczenie w projektowaniu grafiki w postaci filmów animowanych typu whiteboard o długości min. 30 sekund</p> <p>Przedmiot filmu animowanego lub tytuł</p> <p>.....</p> <p>Nazwa zleceniodawcy</p>	

		<p>.....</p> <p>Data realizacji usługi (Dzień/miesiąc/rok)</p> <p>.....</p>	
		<p>2. Doświadczenie w projektowaniu grafiki w postaci filmów animowanych typu whiteboard o długości min. 30 sekund</p> <p>Przedmiot filmu animowanego lub tytuł</p> <p>.....</p> <p>Nazwa zleceniodawcy</p> <p>.....</p> <p>Data realizacji usługi (Dzień/miesiąc/rok)</p> <p>.....</p>	
		<p>3. Doświadczenie w projektowaniu grafiki w postaci filmów animowanych typu whiteboard o długości min. 30 sekund</p> <p>Przedmiot filmu animowanego lub tytuł</p> <p>.....</p> <p>Nazwa zleceniodawcy</p> <p>.....</p> <p>Data realizacji usługi (Dzień/miesiąc/rok)</p>	

		.....	
3.	<b>Specjalista ds. kampanii internetowych:</b>  ..... (imię)  ..... (nazwisko)	1. Doświadczenie w realizacji kampanii linków sponsorowanych lub kampanii reklamowych w mediach społecznościowych, o charakterze reklamowym/promocyjnym, przeprowadzonych w Internecie  Przedmiot usługi ..... Nazwa zleceniodawcy ..... Data realizacji usługi (Dzień/miesiąc/rok) .....	
		2. Doświadczenie w realizacji kampanii linków sponsorowanych lub kampanii reklamowych w mediach społecznościowych, o charakterze reklamowym/promocyjnym, przeprowadzonych w Internecie  Przedmiot usługi ..... Nazwa zleceniodawcy ..... Data realizacji usługi (Dzień/miesiąc/rok) .....	
		3. Doświadczenie w realizacji kampanii linków sponsorowanych lub kampanii reklamowych w mediach społecznościowych, o charakterze reklamowym/promocyjnym, przeprowadzonych w Internecie  Przedmiot usługi	

		<p>.....</p> <p>Nazwa zleceniodawcy</p> <p>.....</p> <p>Data realizacji usługi (Dzień/miesiąc/rok)</p> <p>.....</p>	
--	--	---	--

*\*W przypadku korzystania z osób zdolnych do wykonania zamówienia, które zostaną udostępnione przez inne podmioty, Wykonawca załączy do oferty pisemne zobowiązanie tych podmiotów do oddania mu do dyspozycji osób na okres korzystania z nich przy wykonywaniu zamówienia.*

.....  
*Miejscowość, data*

.....  
*Podpis Wykonawcy lub osoby upoważnionej*